Revista del
# CONSUMIDOR
Procuraduría Federal del Consumidor • México • Número 372 • Febrero 2008 • www.profeco.gob.mx • $ 20.00 • ISSN 0185-8874

## Cómo elegir gimnasio o club deportivo

## Sin rollos
el mejor papel sanitario para su baño

# Palomitas de maíz
## Lo que conviene saber antes de seguirlas comiendo

◗ Platillo Sabio Profeco
**Salpicón de res**

◗ Tecnología Doméstica Profeco
**Antihongos para baño**

Profeco

Profeco

# Registro Público de Consumidores

## Tu privacidad es tu derecho

**Si quieres evitar las llamadas publicitarias a tu casa o celular,** inscribe tu número en el Registro Público de Consumidores de la Profeco, sólo marca:

9628 0000
desde México, Guadalajara y Monterrey

01 800 962 8000
sin costo desde el resto de la República

# Teléfono del

## Si usted no habla, no se le oye....

- Asesoría y orientación jurídica
- Cómo presentar quejas y denuncias
- Comportamiento comercial de proveedores
- Ubicación de oficinas Profeco
- Suscripciones a la *Revista del Consumidor*
- Quién es quién en el envío de dinero de E.U. a México y mucho más

## Si vive en el D.F. marque

## 5568-8722

Larga distancia sin costo para el resto de la República: **01-800-468-8722**

De lunes a viernes de **9:00** a **19:00** horas
Sábados, domingos y días festivos de **10:00** a **18:00** horas

# consumidor

Profeco

# Directorio

**Procurador Federal del Consumidor**
Antonio Morales de la Peña

**Coordinador General de Educación y Divulgación**
Luis Mariano Acévez Estrada

**Directora General de Difusión**
Julieta García González

Revista del CONSUMIDOR

**Director Editorial**
Mateo Miguel García

**Directora de Arte y Diseño**
Norma Patiño Domínguez

**Directora de Contenidos**
Jacqueline Ruiz Gómez

**Coordinadora Editorial**
Alejandra Sánchez Plascencia

**Jefe de Información**
José Armando Aguilar Pérez

**Colaboradores**
José Trinidad Camacho (Trino)
Francisco Oldemar González (Oldemar)

**Editor Gráfico**
Roberto Paz Amaya

**Jefe de Diseño**
Víctor M. Gutiérrez García

**Diseño**
Mónica Miranda Villalba
Alfonso J. Solís Loza
Daniel Wilson Oropeza
Alejandro Doyharzabal Salgado

**Fotógrafo**
José Rodríguez

**Corrección**
Alma Rosa Guerrero Gutiérrez

**Consejo Editorial**
Antonio Morales de la Peña
Luis Mariano Acévez Estrada
Rafael Anzures Uribe
José Eduardo Delgadillo Alvarado
Raúl García Moreno Elizondo
Esperanza Gómez Mont Urueta
Gladis López Blanco
Jaime Salazar Silva
Tomás Antonio Trueba Gracián
José Antonio Zamarrón Luna

# Mes de aniversario

Aunque el año está comenzando, todo se precipita, tanto, que la Cuaresma inicia este mes, motivo por el cual hemos preparado para usted un recetario de platos a base de vegetales, pollo y pescado, para que, siguiendo la tradición, prepare estos deliciosos y variados platillos sabios que harán las delicias de su familia.

Y como alimentarse sanamente es esencial, publicamos un estudio que nuestro laboratorio nunca había llevado a cabo, y es el análisis de calidad de palomitas de maíz, esas que se meten en el microondas y que todos, niños y adultos, se comen con tanto gusto... por no saber que las palomitas no tienen mantequilla (mucho menos "doble mantequilla"), ni son *light*, y que su contenido calórico y de sal es altísimo.

Por cierto, también preparamos una radiografía de los servicios sobre clubes deportivos y gimnasios, para quienes eligieron ejercitarse como gran propósito durante 2008. En ella le decimos qué suelen ofrecer tanto clubes como gimnasios, precios promedio y recomendaciones para hacer de este propósito un hábito que dure toda la vida.

Febrero tiene 29 días (2008 es bisiesto), y Profeco está de manteles largos festejando 32 años de existencia. Qué mejor forma de celebrarlos que seguir promoviendo y protegiendo los derechos de los consumidores, y poniendo al alcance de todos más y mejores servicios.

¡Cumplimos 32 años gracias a usted!

**Comentarios y sugerencias:** José Vasconcelos 208, piso 14, colonia Condesa, C. P. 06140, delegación Cuauhtémoc. Apartado postal 20600, México, D. F. Teléfono 5568-8722. Fax 5553-0574. rconsumidor@profeco.gob.mx
**Publicidad institucional:** 5211-7419

# Sumario

Febrero 2008, Núm. 372


**6 BUZÓN DEL LECTOR**

**8 YO, CONSUMIDOR**

**10 PROFECO EN ACCIÓN**
32 años de servir a usted

**16 MISCELÁNEA DEL CONSUMO**

**22 PEQUEÑOS CONSUMIDORES**
¡Niños en movimiento!

**26 ENTREGA ESPECIAL**
Casa de Moneda

**34 DANZA CON NÚMEROS**
Las cifras del amor

**38 A SU SALUD**
Si la presión sube

**42 ALIMENTACIÓN Y NUTRICIÓN**
Recetario de Cuaresma

**48 PLATILLO SABIO PROFECO**
Salpicón de res

**TECNOLOGÍA DOMÉSTICA PROFECO**
Limpiador de hongos para baño

**50 EL LABORATORIO PROFECO REPORTA**
Palomitas de maíz para microondas

**60 INFOGRAFÍA**
Palomitas de maíz, en resumen

**62 EL LABORATORIO PROFECO REPORTA**
Papel higiénico

**72 RADIOGRAFÍA DEL CONSUMO**
Clubes deportivos y gimnasios

**80 FORO DEL CONSUMO**
Historia de un ¿pecado?

# Su opinión es importante

Envíenos sus comentarios acerca de la revista a Av. José Vasconcelos 208, piso 14, colonia Condesa, C.P. 06140, México, D. F., o por internet a rconsumidor@profeco.gob.mx. Esperamos sus cartas.*

## Ciberaclaración

En su artículo publicado acerca de las computadoras portátiles, señalan que el sistema operativo Linux no es tan compatible con la mayoría de los periféricos y requiere de conocimientos avanzados en programación si se desea sacar el máximo provecho de él. Yo no estoy de acuerdo y me parece que engaña al lector, porque Linux es compatible con la mayoría de los periféricos. Por otra parte, me gustaría que vieran el sistema Ubuntu que Dell ya ofrece preinstalado en sus equipos. Igualmente, el sistema Apple Mac OS® X está basado en un sistema muy parecido a Linux y nadie dice que se requieren conocimientos avanzados de programación para usar una Mac, es diferente, nada más.

**Raymond Hall**

*Los avances logrados por Linux en facilidad de uso y compatibilidad son reales, sin embargo, aún no son lo suficientemente robustos como para que un usuario común no tenga problemas en cuanto a su compatibilidad. La mayoría de las impresoras y multifuncionales de tecnología láser pueden ser instalados en una computadora con Linux, pero no aplica para impresoras de inyección de tinta y fotográficas, cuyo soporte para Linux es limitado. Otro ejemplo es el software incluido en las cámaras digitales: normalmente sólo es compatible con sistemas operativos como Microsoft Windows® XP/Vista y Apple Mac OS® X, es decir, el soporte de las distintas empresas que fabrican software y periféricos aún es parcial para Linux. Nuestros lectores pueden encontrar más información sobre compatibilidad de periféricos con el sistema Ubuntu en la dirección https://wiki.ubuntu.com/HardwareSupport*

## Antojo de queso

Agradecería que por este medio que me pudieran enviar la tecnología doméstica para elaborar queso doble crema. Mil gracias.

**Carlos Valdés**

*Puede consultar la receta en la dirección electrónica www.profeco.gob.mx. En la página principal elija* Revista, *y de ahí vaya al link* Recetas. *En* Tecnologías domésticas *encontrará la que solicita.*

## Sexo seguro

¿Qué tan seguros son los condones que venden en Farmacias Similares?

**Israel Pérez**

*En el último estudio de calidad (noviembre de 2006) este producto obtuvo MB de calificación global. Sin embargo, le recomendamos consultar los resultados completos del estudio en www.profeco.gob.mx con respecto a las recomendaciones de uso de los condones, pues es fundamental recordar que la protección que brindan depende del uso correcto y habitual.*

## Consumidor agradecido

Los felicito por la labor que realizan, dado el constante abuso de algunos comerciantes en contra de los consumidores. Las herramientas que nos ofrecen para maximizar el gasto familiar son valiosísimas, por lo que sugiero, de ser posible, transmitan el programa televisivo a horas convenientes, es decir, ni muy temprano ni muy noche, para poder verlo.

**Roberto De Santiago Calderón**

*Gracias por escribirnos. Le informamos que los horarios de transmisión de los programas de radio y televisión corresponden a tiempos oficiales asignados por la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía, de la Secretaría de Gobernación. Le informamos, sin embargo, que estamos haciendo todo lo posible para que nuestros programas tengan horarios más accesibles al público en general. Por ahora, la buena noticia es que usted puede ver el programa de televisión en www.terra.com.mx, todos los viernes a las 10:30 de la mañana.*

*Las cartas enviadas a la *Revista del Consumidor* implican su consentimiento para que sean editadas y publicadas. Sus datos personales quedan protegidos conforme a los Lineamientos para la protección de datos personales emitidos por el IFAI (Instituto Federal de Acceso a la Información Pública).

Envíenos sus experiencias relacionadas con la contratación de servicios y la compra de productos a Av. José Vasconcelos 208, piso 14, colonia Condesa, C. P. 06140, México, D. F., o a rconsumidor@profeco.gob.mx.
No olvide incluir su nombre completo y una dirección o número telefónico donde podamos ponernos en contacto con usted.*

## Mal servicio

Quiero compartir con sus lectores la mala experiencia que tuve con la empresa DHL. El 19 de noviembre de 2007, envié un paquete de Querétaro a Hermosillo. La empresa me garantizó que el envío llegaría a su destino al día siguiente, sin embargo, cuando lo rastreé por internet, me di cuenta de que no fue así.
Cuando hablé a DHL para reclamar, el empleado me dijo que habían tratado de entregar el paquete el día 20 a las nueve de la noche, pero yo le dije que me parecía ilógico, pues no son horas de oficina.
A fin de cuentas, el paquete fue entregado hasta el día 21, motivo por el cual perdimos un importante concurso de licitación. Hasta la fecha no he podido hablar con algún jefe o supervisor para que me reembolsen mi dinero, y los empleados no me resuelven nada. Es más, la última vez que hablé con ellos me dijeron que ahora tienen una "nueva ley" y que no me van a devolver mi dinero porque no "aseguré" el paquete.
DHL es conocida a nivel internacional y yo confié en ella porque supuestamente es una empresa seria que sabe hacer su trabajo. Esta información es para que tengan mucho cuidado al elegir una empresa de mensajería.

**Brenda Medina**

*Mucho le agradecemos su confianza en nosotros al comentarnos sobre el mal servicio que le proporcionó la empresa de mensajería DHL. Publicamos su carta atendiendo a su recomendación de que nuestros lectores tengan cuidado al momento de elegir alguna compañía que ofrezca este servicio. Sabemos que el daño está hecho y que no se remedia con el reembolso del dinero, pero estamos de acuerdo con usted al hacer pública su mala experiencia, pues la información compartida, buena o mala, nos fortalece como consumidores, y beneficia o debilita a los prestadores de servicios.*

## Falsas promesas

Les mando la presente para advertir a la gente que no compre el producto Gelatin de la empresa Biotanic, S. A. de C.V. o Grupo X-Shop, S.A. de C.V.

Les cuento mi historia. En octubre me hablaron por teléfono para ofrecerme dicho producto a seis meses sin intereses y a buen precio. Quedaron de entregármelo a mediados de noviembre y como en otras ocasiones ya había hecho compras vía telefónica, no desconfié. El caso es que hasta la fecha no he recibido el producto y en mi tarjeta de crédito ya me están haciendo los cargos.

Por esta razón quiero advertir a la gente que tenga cuidado con esta empresa. Gracias por su atención y una felicitación por su revista, porque leerla me ha sido de gran utilidad en muchas ocasiones. Reciban un afectuoso saludo.

**María Irene Rocha**

*Biotanic tiene la obligación de respetar los términos y condiciones bajo los cuales usted compró el producto Gelatin, así como de entregarlo en el tiempo en el que se comprometió a hacerlo.*
*Acuda a la delegación Profeco más cercana a su domicilio o trabajo a presentar su queja y exigir, a su elección, la entrega del producto o la devolución de su dinero. Solicite la dirección en el Teléfono del Consumidor: 5568-8722 en el Distrito Federal y área metropolitana, o 01-800-468-8722 larga distancia sin costo desde cualquier otro estado de la República.*
*También le sugerimos que antes de adquirir un producto, consulte el Buró Comercial de Profeco, para saber si la empresa que lo comercializa tiene quejas registradas ante la institución y cuáles son los motivos de las mismas. Visite el sitio en internet http://burocomercial.profeco.gob.mx/BC/*

---

**A todos nuestros lectores:**
**Les recordamos que esta sección es un espacio para que los consumidores compartan sus experiencias de consumo con los demás lectores. *La Revista del Consumidor* no tiene las facultades legales para intervenir en la solución de los problemas que se plantean, pero sí para brindar a los lectores la asesoría necesaria para que, a través de las instancias correspondientes (delegaciones Profeco, Condusef, Conamed, etcétera), resuelvan los conflictos que enfrentan con proveedores y prestadores de servicios.**

* Las cartas enviadas a la *Revista del Consumidor* implican su consentimiento para que sean editadas y publicadas. Sus datos personales quedan protegidos conforme a los Lineamientos para la protección de datos personales emitidos por el IFAI (Instituto Federal de Acceso a la Información Pública).

# 32 años de **servir** a usted

**Por** Armando Aguilar

**Todos los consumidores de este país, es decir, todos los mexicanos, son la razón de ser de la Procuraduría Federal del Consumidor, cuya misión es promover y proteger los derechos del consumidor, fomentar el consumo inteligente y procurar la equidad y la seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores. Festejamos 32 años de servir a usted con este recuento de los servicios más recientes y más útiles que usted tiene a su disposición.**

**Foto** archivo

**Foto** archivo

## Hábitos de compra

¿Sabía que, por estas fechas, a seis de cada 10 personas les gusta dejarse flechar por cupido para celebrar el día del amor; que los detalles que más regalan son tarjetas (con mensajes *ad hoc*) y chocolates (con mucha miel incluida), y que la mayoría de los enamorados gasta entre 100 y 300 pesos en sus presentes? Pues así es, tales son los números fríos del amor.

Para descifrar los hábitos de compra de los mexicanos, una excelente opción es consultar las **encuestas y sondeos** que se publican en www.profeco.gob.mx. En este espacio encontrará, cifras concretas y datos curiosos (pero serios), no sólo del amor, sino sobre un buen número de productos y servicios, por supuesto, con información sobre cómo gastan muchos consumidores durante el 14 de febrero o en otras festividades: películas, ventas nocturnas, bodas, vinos, seguros de vida, útiles escolares, día de las madres, celulares y muchísimo más.

## Acciones de grupo

¿Quién no recuerda el caso Air Madrid? Una pesadilla alada que los consumidores padecieron hace algunos meses: primero, retrasos de 15 horas; luego, suspensión del servicio; y para terminar, cientos de pasajeros abandonados a su suerte. Precisamente este caso inició una nueva etapa en la forma como Profeco defiende sus derechos: las acciones de grupo.

Profeco no había ejercido la facultad de representar a un grupo de consumidores ante las autoridades judiciales, hasta que en abril del año pasado presentó una demanda en contra de la empresa Air Madrid, con objeto de obtener la restitución a los consumidores de las cantidades que pagaron por el transporte aéreo, así como la reparación del daño mediante el pago de una indemnización a cada uno de ellos, lo anterior teniendo como sustento las quejas que los afectados presentaron ante esta institución.

Vale mencionar que la acción de grupo es una herramienta fundamental de acceso a la justicia, es decir, un mecanismo jurídico que permite la defensa, ante tribunales, de intereses colectivos o difusos.

Esta es una figura que ya existe en varios países del mundo y que permite a una gran cantidad de personas (especialmente a las que tienen escasos recursos) acceder a la justicia sin necesidad de que se presenten individualmente numerosas demandas. Por lo anterior, la acción de grupo puede contribuir a una más agil y eficaz impartición de justicia por parte de las instancias judiciales, que mediante la atención y solución de un juicio pueden resolver problemas de gran impacto social.

Nuestro país está comenzando a recorrer un camino de gran relevancia, y aunque falta mucho por transitar, hay que brindar a los consumidores más y mejores instrumentos en la defensa de sus derechos.

**Foto** archivo

## Red segura

Lo último en las relaciones comerciales es consumir a través de internet, pero con seguridad. Así, la compra de artículos y la contratación de servicios a través de la red es muy atractiva por la fácil, cómoda y rápida que es; sin embargo, el de la web es un océano en el que resulta muy fácil naufragar. Así que lo mejor es informarse. Para ello, en www.profeco.gob.mx./ecomercio/ecomercio.asp, usted encontrará todo lo que necesita saber para hacer las compras más seguras en internet: cómo reconocer a un proveedor serio, qué leyes e instituciones lo protegen, las últimas tendencias del tema, cómo combatir el *spam*, las páginas en internet monitoreadas por Profeco y algunas recomendaciones generales para ser el mejor ciberconsumidor, sin llevarse sorpresas desagradables.

Foto archivo

## No más acoso telefónico

"¿Bueno? Disculpe, ¿ya tuvo usted la dicha de pasar las vacaciones que merece en uno de los hoteles de gran turismo que la compañia 'Viaje Ya' tiene en las playas más hermosas de la República? ¿Todavía no? Pues déjeme decirle que usted es el afortunado ganador de una estancia de cortesía en uno de nuestros hoteles de ensueño, siempre y cuando..." Cinco minutos después: "Qué lastima que no le interese aprovechar esta magnífica oportunidad... ¿Habrá alguien más en casa que sí desee aprovecharla?"

Se acabó. No más llamadas no deseadas. Dejar de padecer tremendas letanías comerciales ya es posible gracias al **Registro Público de Consumidores (RPC).** Se trata de un instrumento que le permite registrar su número telefónico si usted no desea ser molestado con publicidad, o que sus datos personales sean utilizados con fines mercadotécnicos o publicitarios. Es decir, no más "invitaciones" mediante teléfono celular o fijo para comprar o contratar lo que sea.

Protegerse de los mensajes publicitarios vía telefónica es tan fácil como llamar, desde el número que se pretenda inscribir, al 9628-0000 para México, Guadalajara y Monterrey, o al 01-800-9628-000 para el resto del país. Hecho lo anterior, un sistema automatizado identificará el número telefónico que usted desea dar de alta en el registro. Así, las empresas que no respeten los números telefónicos inscritos se harán acreedoras a una multa superior al millón de pesos.

La inscripción de su línea telefónica al RPC empieza a tener efecto 30 días después de que se da de alta, y dura tres años, al término de los cuales usted podrá renovarla. Además, usted puede cancelar este servicio en el momento que desee.

El RPC está a su servicio las 24 horas, los siete días de la semana y, lo mejor, es gratuito.

Foto archivo

## ¡Alerta!

El mundo del consumo puede ser una selva de productos peligrosos y prácticas comerciales engañosas. Para mantenerlo siempre alerta e informado, damos noticia de todo aquello que puede ser lesivo para su economía e incluso su salud. Por ejemplo, ¿sabía usted que existen carriolas que de acuerdo con nuestras pruebas de laboratorio no cumplen con las medidas de seguridad necesarias para garantizar la integridad física de los menores? Pues entérese de éste y otros avisos en www.profeco.gob.mx/alertas/alertas.asp, o en la *Revista del Consumidor*, mes tras mes.

## ¿Quién es quién?

Este es uno de los servicios más útiles, prácticos y conocidos de Profeco. El **Quién es quién** en los precios es el monitoreo constante de lo que cuestan un sinnúmero de productos y servicios en todo el país. ¿Le interesa saber si en la gasolinera de sus colonia le dan litros de a litro? Compruébelo en unos cuantos segundos en el Quién es quien en las gasolineras. Lo mismo puede hacer con juguetes, azúcar, gas LP... Más aún, Profeco cuenta con el Quién es quien especializado en envíos de dinero y otro en créditos a pagos fijos.
Ya lo sabe, cuándo se trata de saber dónde están los mejores precios, en www.profeco.gob.mx encontrará la respuesta sin necesidad de andar de tienda en tienda.

## Guía práctica para comprar

El segundo y cuarto lunes de cada mes, usted puede recibir en su correo electrónico artículos con información oportuna, clara y útil sobre distintos temas relacionado con el consumo. **Brújula de compra** es un boletín elaborado por especialistas que se encargan de presentarle análisis de ofertas de bienes y servicios, así como resultados de encuestas sobre el comportamiento de los consumidores. Desde servicios de mudanzas hasta la compra de música por internet, pasando por el costo de equipar su cocina o las consecuencias (económicas y sociales) de vivir con diabetes. Esto y mucho más encontrará dejándose guiar por nuestra brújula.
Para suscribirse gratuitamente al boletín y ver todos los artículos hasta ahora publicados, entre a http://www.profeco.gob.mx/encuesta/brujula.asp. Lo único quue tiene que hacer es escribir su correo electrónico y listo.

Foto archivo

## Dime con quién compras...

El **Buró comercial de Profeco** es una herramienta que pone a su disposición, a través de internet, información comercial sobre 450 empresas: número de quejas, motivos de reclamación, porcentaje de resolución de quejas, procedimientos por infracciones a la ley, número y monto de las multas y si cuentan con contratos de adhesión registrados ante Profeco, entre otros datos más. Se trata de una herramienta muy útil a la hora de decidir con quién comprar.

El buró comercial consta de varias etapas a partir de las cuales se ha ido incrementando la información, y a finales del 2008 se espera poner al alcance de usted información sobre la totalidad de los proveedores.

Cabe aclarar que los datos contenidos en el buró comercial son sólo de carácter informativo, así que los proveedores no podrán utilizarlos para hacerse publicidad con ellos.

Si usted desea conocer el comportamiento comercial de algún proveedor, ingrese a www.profeco.gob.mx, dé clic en el link "Buró Comercial de Profeco" y busque la empresa de su interés.

**Foto** archivo

## Recetas, quejas e información

He aquí otros servicios que puede ver en nuestro sitio en Internet:

- **Comportamiento comercial.** Usted puede solicitar información sobre quejas y motivos de reclamación de 450 proveedores a través del correo comportamientocomercial@profeco.gob.mx.
- **Revista del Consumidor.** Encontrará los principales artículos y reportajes que preparamos mensualmente para usted.
- **Platillo Sabio Profeco.** Consulte las recetas más sabrosas, nutritivas, fáciles de preparar y siempre sabias: económicas, sencillas y nutritivas.
- **Apoyo internacional.** Todos sobre la atención de consumidores residentes en el extranjero.
- **Quejas y denuncias.** ¿Le incumplieron el servicio? ¿No le entregaron a tiempo el bien adquirido? ¿Ha visto una práctica comercial abusiva? Conozca sus derechos y hágalos valer
- **Delegaciones.** Con sólo dar un clic conocerá la delegación Profeco más cercana a su domicilio.

## En contacto

Para obtener más información de los servicios aquí mencionados, y para conocer otros tantos que le ofrecemos, contáctenos a través de cualquiera de estos medios:

- www.profeco.gob.mx
- Centro de Documentación (Cedoc). Av. José Vasconcelos 208, Colonia Condesa, Delegación Cuauhtémoc, México, D.F., C.P. 06140.
- En el Teléfono del Consumidor: 5568-8722 para el D.F. y área metropolitana, o 01-800-468-8722 para el testo del país.

**Por** Adriana Hernández Uresti

# Piratería al alza

De acuerdo con un estudio de la American Chamber (AmCham) México, nueve de cada 10 personas entre 16 y 55 años de edad que viven en las ciudades de México, Guadalajara y Monterrey compran piratería en tianguis y mercados informales. Los jóvenes de entre 16 y 24 años son los más cautivos, sin importar sus ingresos y condición socioeconómica. Pero hay grandes diferencias en el patrón de compra, según los sexos: las mujeres buscan productos "de lujo" y accesorios de vestir, mientras que los hombres prefieren artículos relacionados con el entretenimiento, como CDs de música, DVDs, software y videojuegos.

Directivos de la AmCham estiman que las pérdidas para el fisco y para las diferentes industrias por causas de la piratería ascienden a 3 mil 690 millones de pesos.

Según el estudio, las personas prefieren comprar productos pirata porque los originales son muy caros. Mientras el 46% de los entrevistados reconoce que es un delito, el resto (54%) justifica esta práctica. Lo preocupante es que la mitad de los compradores pirata no ven como un hecho negativo para la economía formal la compra-venta de este tipo de artículos.

La única industria que se salva del comercio ilegal es la farmacéutica, los productos pirata representan únicamente el 2% de las ventas; los consumidores prefieren comprar los productos originales porque los ilegales constituyen un serio riesgo para la salud.

Más información sobre hábitos de compra de piratería, recabada por Profeco, la puede consultar en www.profeco.gob.mx. Dé clic en el vínculo "Sondeos en línea" para accesar a la información.

**Foto** archivo

## ¿Qué prefieren ellas... y ellos?

| Producto | Mujeres | Hombres |
|---|---|---|
| CD música | 47% | 53% |
| DVD/VCD | 49% | 51% |
| Calzado | 63% | 37% |
| Videojuegos | 31% | 69% |
| Perfumes | 53% | 47% |
| Lentes | 77% | 23% |
| Software | 20% | 80% |
| Accesorios para celular | 52% | 48% |
| Juguetes | 71% | 29% |
| Relojes | 70% | 30% |

# Más seguro...

Según datos de la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS), por exigencia o por decisión propia, cada vez más personas aseguran sus automóviles: de hecho, la contratación de este servicio pasó del 19% del parque vehicular en la década de 1990 a 46% durante el año 2006. La principal razón de este aumento es que las instituciones que otorgan crédito para adquirir unidades nuevas o usadas exigen a los consumidores contratar un seguro mientras dura el financiamiento. La asociación estima que durante 2007 la demanda aumentó a 47% de los 19.4 millones de vehículos que circulan en nuestro país. Cabe mencionar que a la fecha los modelos Tsuru, VW Sedán, Jetta y Chevy Monza son de los más codiciados por los amantes de lo ajeno.

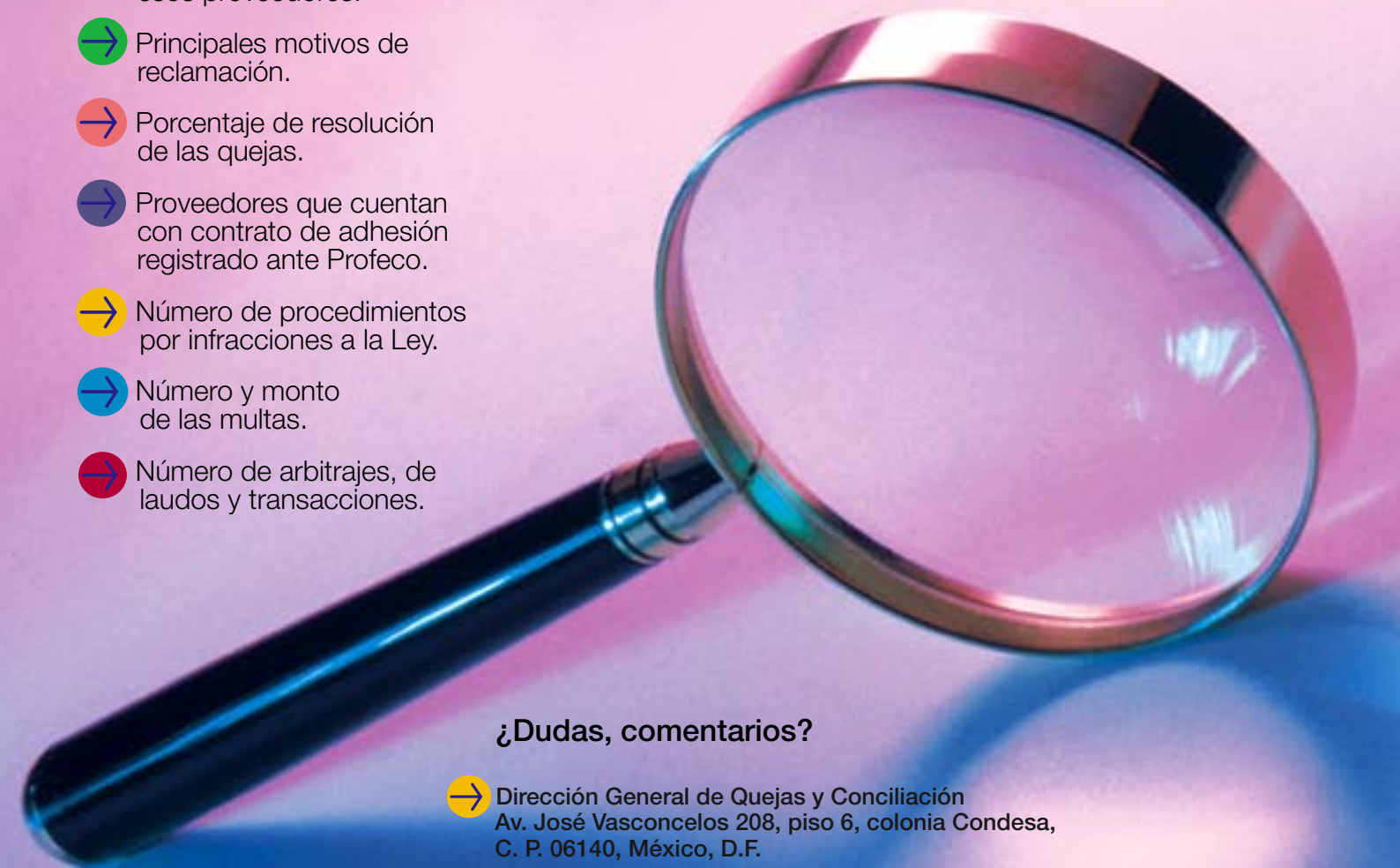
Fuente www.invertia.com.mx

## Antes de firmar...

# Buró comercial de Profeco

**En www.profeco.gob.mx usted encontrará información sobre 450 proveedores que pueden estarle ofreciendo cerrar un trato... ¡No se arriesgue! Dé clic en "Buró comercial de Profeco", y sabrá:**

- Número de quejas contra esos proveedores.
- Principales motivos de reclamación.
- Porcentaje de resolución de las quejas.
- Proveedores que cuentan con contrato de adhesión registrado ante Profeco.
- Número de procedimientos por infracciones a la Ley.
- Número y monto de las multas.
- Número de arbitrajes, de laudos y transacciones.



### ¿Dudas, comentarios?


Dirección General de Quejas y Conciliación
Av. José Vasconcelos 208, piso 6, colonia Condesa,
C. P. 06140, México, D.F.

asesorias@profeco.gob.mx

Teléfono del Consumidor, 5568-8722 para el D.F.
01-800-468-8722, larga distancia sin costo
para el resto de la República


**¡Por una cultura de consumo inteligente!**

Profeco

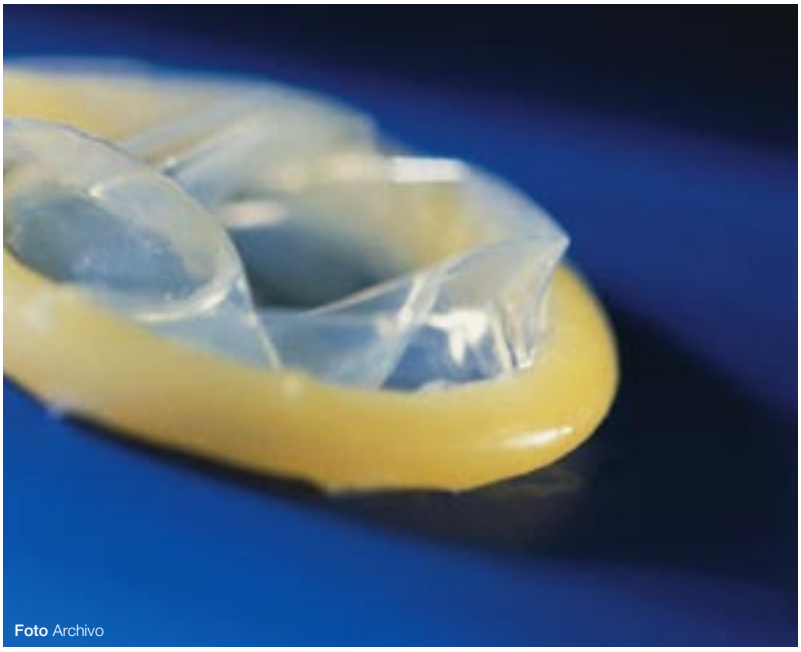


**Foto** Archivo

# Condones, ¿objetos de placer?

Todo indica que este recién estrenado 2008 será un año de importantes cambios en la industria de los preservativos. A su ya tradicional función de evitar el contagio de enfermedades de transmisión sexual y embarazos no deseados, se sumarán otras que buscan incrementar el placer en la pareja.

En agosto pasado, el fabricante de condones británico Futura Medical Plc anunció con bombo y platillo los buenos resultados de un estudio con su nuevo producto que –afirma– "ayuda a los hombres a conseguir erecciones mayores, firmes y prolongadas". La investigación se llevó a cabo en 108 parejas. El condón tiene en la punta un gel especial que dilata las arterias y aumenta el flujo sanguíneo en el pene. De acuerdo con una investigación de mercado de la misma firma: "hasta un 80% de los usuarios de preservativos estaría interesado en probar este producto, y 49% de los no usuarios de condones lo probarían para mantener por más tiempo su erección". Cierto o no, el día en que Futura Medical Plc anunció estos resultados sus acciones en la bolsa aumentaron 14.5%. El lanzamiento del producto está previsto para el presente año.

En este terreno, la empresa sudcoreana Unidus busca ganar mercado entre los caballeros "veloces", con su preservativo "Amor duradero", que viene con una crema en su interior, la cual evita la eyaculación precoz.

Para la firma TheyFit, el tamaño sí importa, y por ello su propuesta es fabricar condones a la medida porque "una misma talla puede ser incómoda para individuos bien dotados, o bien, resultar grande para otros".

De resultar ciertas, estas nuevas funciones de los preservativos no sólo erradicarán algunos de los pretextos para no utilizarlos, sino que pueden convertirse en un objeto erótico que permita incrementar el placer en la intimidad.

Mientras estas novedades nos alcanzan, si usted desea saber cuáles son los preservativos que sacaron un "10" y cuáles reprobaron según el último estudio del Laboratorio de Profeco publicado en la *Revista del consumidor* de noviembre de 2006, consulte www.profeco.gob.mx.

**Fuentes** www.cnnexpansion.com/economia-insolita/crean-condon-que-mantiene-ereccion/print /

# Bomberos de lujo

Las imágenes de llamas destruyendo mansiones en áreas exclusivas de California dieron la vuelta al mundo durante el segundo semestre del año pasado. Como la respuesta del cuerpo de bomberos tradicional fue insuficiente, ahora los habitantes de estas zonas están contratando un servicio privado de prevención de incendios que incluye la instalación de tanques de *phos-chek* (líquido anticombustión), red de aspersores, sensores de rayos ultravioleta, así como una conexión directa que da aviso a los bomberos y al dueño del inmueble en caso de que haya alguna contingencia. Si bien el presupuesto varía según cada cliente, el costo inicial promedio de estos servicios es de 10 mil dólares.

**Fuente** *Milenio*, diciembre 13, 2007

**Fotos** Archivo

# En sus manos está el poder

**Derecho a la información:**
La publicidad, las etiquetas, los precios, los instructivos, las garantías y en general toda la información de los bienes y servicios que nos ofrecen debe ser oportuna, completa, clara y veraz, de manera que podamos elegir sabiendo qué compramos.

**Usted tiene el poder**
**¡Profeco lo respalda!**

Profeco

**Foto** archivo

## Besos apasionados *vs.* barras de chocolate

Febrero es el mes por excelencia para dar y recibir besos y chocolates por igual; ambos obsequios son fuente de sensaciones placenteras, pero ¿cuál es más efectiva? De acuerdo con un estudio realizado recientemente en el centro de investigación Mind Lab, a nivel fisiológico degustar un trozo de chocolate oscuro es más excitante inclusive que un beso del ser amado: hay mayor actividad cerebral y se registran más latidos del corazón.

El estudio, a cargo del doctor en psicología David Lewis, se realizó entre parejas de jóvenes de entre 20 y 30 años, a quienes se les colocaron electrodos en el cuero cabelludo y monitores cardiacos durante las dos pruebas: la primera consistió en dejar derretir un pedazo de chocolate en la boca y la segunda en besar en la boca a la pareja, sin abrazarla.

Con el chocolate las palpitaciones pasaron de 60 a 140 por minuto, mucho más que con el beso.

El estudio también demostró que a medida que el chocolate comenzó a derretirse, todas las regiones del cerebro recibieron un estímulo mucho más intenso y duradero que la excitación registrada con el beso. Las reacciones fueron similares tanto en hombres como en mujeres.

Si bien los científicos sabían de los efectos benéficos del cacao, a decir del doctor Lewis, los resultados lo sorprendieron e intrigaron. Esta investigación y otras realizadas en los último años confirman la razón que tenían los aztecas al considerar al chocolate como un alimento que daba fuerza y vigor a quienes lo bebían, además de ciertos poderes afrodisiacos (sí, ya se ha dicho, los afrodisiacos no existen; dicho de otra manera, el mejor afrodisiaco es el cerebro).

Sea como fuere, por su sabor o por sus beneficios, en México consumimos 35 mil toneladas de cacao al año.

Entre los beneficios ya estudiados del chocolate oscuro están:

- Estimula la producción de endorfinas, asociadas a la sensación de tranquilidad y felicidad.
- El magnesio contenido ayuda a contrarrestar el síndrome premenstrual.
- La teobromina es un estimulante natural.
- Los carbohidratos y grasas producen un efecto de saciedad y estimulan la actividad cerebral.
- Los polifenoles son antioxidantes naturales que protegen contra las enfermedades del corazón.

**Fuente** news.bbc.co.uk/hi/spanish/science/newsid_6559000/6559475.stm - 30k-

## Como en casa

Conseguir que las personas que asisten a un centro comercial se sientan (casi) tan a gusto como en casa, es el objetivo de la llamada mercadotecnia vivencial. Para incrementar el consumo, mediante imágenes, olores, colores y diversos objetos vanguardistas, los especialistas en publicidad seducen a las personas para que éstas pasen más tiempo en los *malls*. La comodidad y el entretenimiento son dos elementos indispensables, afirma el director de desarrollo de negocios para América Latina de la firma Becker Group, Fernando Valdés. Algunos de los centros comerciales inaugurados en la Ciudad de México en los últimos tres años ya aprovechan esta nueva herramienta de la mercadotecnia.

**Fuente** *Milenio*, diciembre 12, 2007

**Foto** archivo

## Ellos también se consienten

Los ejecutivos son los principales usuarios de los servicios de *spas* en los grandes hoteles de la Ciudad de México; en algunos casos la proporción hombres-mujeres es de 90%-10%. Los masajes antiestrés son los más solicitados por ellos, quienes pagan entre mil y 3 mil pesos por sesión; los clientes frecuentes acuden en promedio dos veces al mes y piden además un facial. Los spas, parte indispensable del menú de servicios turísticos, repesentan más del 40% de los ingresos de hoteles cinco estrellas. De acuerdo con la Secretaría de Turismo, este sector creció 220% del año 2000 al 2005.

**Fuente:** www.eluniversal.com.mx

CONAMED

SECRETARÍA
DE SALUD

# SALUD

En la CONAMED te ayudamos a encontrar una solución en caso de que se presenten algunas diferencias entre médicos y pacientes durante la atención médica.

Somos la instancia especializada con un servicio gratuito e imparcial.

Comisión Nacional de Arbitraje Médico

5420 7000 01 800 711 0658

# ¡Niños en movimiento!

**Por** Alma Rosa Guerrero

**Ilustración** Mónica Miranda

Salta, corre, trepa, baila... ya sea que te reúnas con tus amigos o vecinos para jugar, o que empieces a practicar algún deporte, queremos decirte que mover el cuerpo es una de las claves para crecer sano y feliz.

¿Sabes?, hace algunos años, antes de que la televisión y los videojuegos atraparan la atención de los niños, había una gran actividad en los patios de las casas, las calles y los parques, donde seguramente tus papás y tus tíos se entretenían en divertidos juegos como los encantados, la roña, bote pateado, el avión, stop, resorte, saltaban la cuerda o jugaban futbol, beisbol y tochito.

Tal vez conozcas muy poco esos juegos, que además tenían sus propias frases inventadas por los mismos niños que los jugaban: "Encantado", "Desencantado", "Declaro la guerra en contra de...", "¿Lobo estás ahí?", "Gol para"... y otras, que se han olvidado o desaparecido porque los niños ya casi no se reúnen para jugar, pues muchos prefieren quedarse en casa viendo tele o pasar el tiempo jugando en su computadora, sin que su cuerpo se mueva gran cosa que digamos.

Y aunque sabemos que la televisón es muy entretenida y que los videojuegos verdaderamente son fantásticos, queremos decirte algo sobre tu naturaleza de niño que quizá no sepas: los niños necesitan y deben moverse para activar y desarrollar sus músculos y su mente, ya sea jugando o practicando el deporte que más les guste.

## Los niños se mueven

A los niños por lo general les gusta estar moviéndose constantemente, tal vez has visto lo difícil que es detener a los bebés cuando aprenden a caminar, y tú mismo, apostamos que con frecuencia corres por toda la casa aunque te regañe tu mamá; te gusta saltar y trepar por barandales, bardas o árboles, simplemente no puedes quedarte quieto, y menos aún si hay otros niños contigo.

Si te fijas, los adultos no son así, ellos pueden sentarse por horas sin sentir ganas repentinas de levantarse y empezar a brincar. Esta necesidad de movimiento es una característica muy particular de los pequeños, y es necesario no perderla, al contrario, es muy importante que la disfrutes al máximo y que

aproveches las ganas de mover tus piernas, tus brazos y tu cabeza, ya que eso, además de hacerte más feliz e inteligente, te ayudará a desarrollarte sano y fuerte.

## Mucho juego y diversión

Hay distintos juegos y actividades físicas que puedes realizar si tienes espacio en tu casa, en algún parque o en tu misma escuela, sólo evita practicarlos en las calles, a menos que sean cerradas o privadas; prefiere los lugares donde tus papás saben que hay seguridad y no corres ningún peligro.

Para darte una idea de las divertidas opciones que tienen tú, tus hermanos, amigos y vecinos, mencionamos las siguientes: escondidas, bailar las coreografías de tus musicales favoritos, encantados, carreras, saltar la cuerda, patinar, andar en bici, volibol, béisbol, futbol, karate, natación... además de todo lo que ustedes mismos pueden inventar.

Por otra parte, existen muchas y muy buenas razones para poner tu cuerpo en movimiento, ya sea al jugar o al practicar el deporte que más te guste. Échales un vistazo para convencerte:

## Ventajas de practicar actividades físicas:

- Te diviertes.
- Desarrollas un cuerpo y un cerebro muy saludables.
- Convives con otros niños o con las personas que quieres.
- Te mantienes delgado y lejos del sobrepeso y la obesidad.
- Previenes enfermedades porque el ejercicio hace que tu cuerpo sea mucho más resistente a éstas.
- Mejora la coordinación de todos tus movimientos corporales.
- Se estimula tu crecimiento.
- Expresas tu creatividad e imaginación.
- Aprendes a esperar turnos y a colaborar con compañerismo.
- Aprendes a seguir reglas y a aceptar las responsabilidades.
- Aprendes a manejar mejor tus sentimientos y emociones.
- Adquieres fuerza física y habilidad para resolver problemas.
- Aprendes que lo importante no es ganar, sino participar.
- Adquieres placer por el movimiento.
- Eres más feliz.

Puede que estés satisfecho con salir a jugar por las tardes, andar en bicicleta o salir al campo con tu familia los fines de semana, pero si te interesa practicar algún deporte más en serio, ya sea de manera individual o pertenecer a un equipo y entrenar regularmente, es necesario que platiques de esto con tus papás para que analicen la posibilidad de que tomes clases. De ser así, antes de empezarlas consulten a tu pediatra para que te haga un chequeo médico y confirme que puedes realizar el deporte que tú quieres sin ningún problema.

# Casa de Moneda

## El arte de hacer monedas

**Por** Adriana Hernández Uresti

**Foto** Museo Numismático Nacional

A seis calles al norte del Templo Mayor, en el Zócalo de la Ciudad de México, está la calle de Apartado. En el número 13 se ubica un edificio colonial de altas paredes y enorme portal metálico, que se antoja infranqueable. Una pequeña ventana polarizada permite a los guardias ver, desde adentro, a los visitantes. La seguridad es extrema y se justifica pues fue justo aquí donde se fabricaron muchas de las monedas de curso legal, así como medallas conmemorativas acuñadas por la Casa de Moneda.

Hoy el inmueble alberga al Museo Numismático Nacional.

En el lugar todo es historia, hasta el nombre de la calle donde está el inmueble. La plata extraída de las minas pertenecientes a la Nueva España, además de abundante, tenía la característica de contener, de manera natural, algunos gramos de oro. Cuando la Corona española identificó esta particularidad mandó a analizar la plata para saber si era redituable extraer el metal áureo. La cantidad lo justificaba y así se determinó como obligatorio el proceso de apartado (quitar el oro de la plata), que empezó a realizarse justo en este inmueble, de donde tomó la calle el nombre.

Tras franquear el portón hay un pasillo que lleva al patio central de la casa, pintada de color naranja ladrillo. La herrería del primer piso conserva en el centro del barandal las letras que forman la frase "Apartado General de la Nación". A mano derecha, en dos amplias salas, está la exhibición numismática, que representa sólo una pequeña parte de todo el acervo de monedas y herramentales (moldes) con que cuenta este recinto.

## Tesoros e historia del museo

La exhibición numismática obedece un orden cronológico que permite seguir la evolución de las monedas en las diferentes etapas históricas de nuestro país: la época Colonial, el México Independiente, los imperios, la Reforma, la Revolución y la época actual. Las fechas de acuñación y las leyendas que aparecen en ambas caras de las monedas son confiables brújulas durante el recorrido.

En las primeras vitrinas es posible apreciar objetos que fueron utilizados como medios de pago en la época prehispánica, como cacao, hachuelas de cobre y canutos de pluma de pato rellenos de polvo de oro. Si bien la pertinencia de abrir una casa de moneda en la Nueva España es mencionada desde 1525, fue hasta 1535 cuando se autorizó su funcionamiento, y un año después se acuñaron las primeras piezas, hechas a mano.

En 1569 inició la construcción de las instalaciones de la Casa de Moneda, dentro del actual Palacio Nacional, frente a la calle aún llamada De la Moneda. Fue ahí donde se acuñaron piezas de plata como las **cuartillas**, los medios **reales**, reales de a dos, de a tres y de a cuatro, todas del tipo macuquino, es decir, de tosca fabricación, con bordes irregulares y espesor diverso. Es posible apreciar algunas de estas piezas en las vitrinas del museo, así como otras de oro, que empezaron a fabricarse a partir de 1675.

La introducción de maquinaria moderna, en 1732, permitió cambios cualitativos en el proceso de acuñación, las piezas empezaron a ser de forma más regular y el acordonamiento (grabado del contorno de la moneda) frenó su mutilación, así como la falsificación. De acuerdo con lo mencionado en el libro *La acuñación en México 1535-2005:* "La Casa de Moneda de la Ciudad de México se convirtió en el siglo XVIII en la mayor ceca -casa de moneda- del mundo, con capacidad para acuñar la impresionante cantidad de 30 millones de pesos plata por año". Estos pesos plata se convirtieron en la principal moneda a nivel internacional. Paradójicamente era común la escasez de monedas entre los habitantes de la Nueva España.

Los diseños de algunas de las piezas fabricadas en la Nueva España eran enviados desde el Viejo Continente, no obstante, todas las monedas y medallas elaboradas de este lado del Atlántico ostentaban el

## Ficha técnica

**Nombre:** Museo Numismático Nacional
**Abrió:** En 2000
**Visitas programadas:** De lunes a viernes de 9 AM a 14 PM (hay planes para ofrecer sus servicios a puerta abierta)
**Ubicación:** Apartado 13, Centro Histórico, México, D.F.
**Teléfono:** 5772-1444

> "La exhibición numismática obedece un orden cronológico que permite seguir la evolución de las monedas en las diferentes etapas históricas de nuestro país."

**Foto** José Rodríguez

## El Apartado se “aparta”

En 1967 inició la construcción de las nuevas instalaciones de otra casa de moneda, ubicada en calzada Legaria, en el D.F. Casi 20 años después, en 1983, abría sus puertas una planta más, ésta ubicada en San Luis Potosí. Las tres sedes funcionaron de manera simultánea durante algunos años: en la de Apartado se fabricaban las piezas de metal fino como los centenarios y las onzas de plata; en Legaria elaboraban una parte de las monedas de curso legal, los pedidos del extranjero y las medallas oficiales; y San Luis Potosí fabricaba la otra parte de piezas de curso legal. Apartado cerró en 1992 y Legaria en 1999; hoy todas las piezas se acuñan en San Luis Potosí.

## ¿Cómo se hace una moneda?

El proceso de elaboración de una moneda es complejo e involucra la participación de personas especializadas en diferentes oficios. A grandes rasgos puede dividirse en 6 pasos:

**1. Diseño.** Tras un trabajo de investigación bibliográfica sobre el tema de la pieza, el equipo de creativos realiza diferentes dibujos. Del diseño elegido se hace una escultura en plastilina, que sirve de base para realizar dos moldes: uno en hule-silicón y otro en resina epóxica; este último, llamado medallón, es la etapa final del primer paso.

**2. Grabado.** La imagen del medallón se reduce y graba en un cilindro de acero para obtener un punzón. Éste es detallado y corregido a mano por un grabador. El punzón se somete a tratamiento térmico para darle mayor resistencia a la pieza.

**3. Elaboración de herramental.** A partir del punzón se hace el llamado troquel (molde empleado en la acuñación) con la geometría de la futura moneda. El troquel se templa y se prepara para obtener el acabado deseado de la pieza. Los troqueles se utilizan en las prensas de acuñación; con el uso llegan a dañarse, y cuando esto ocurre son sustituidos por nuevos troqueles elaborados a partir del punzón.

**4. Fundición.** El metal se funde a más de 1,200 grados centígrados, se vacía en moldes, se deja enfriar y se desmolda. A las barras resultantes se les quitan las rebabas y se someten a un proceso de laminado mediante presión hasta obtener el grosor necesario, según la moneda a acuñar.

**5. Cospel.** La lámina es perforada por una prensa para obtener los discos de metal llamados cospeles. Se separan las piezas defectuosas (que vuelven a fundirse), las correctas se someten a un proceso de calor y después son lavadas. El cospel puede ser monometálico o bimetálico (arillo y núcleo, como las monedas de 5 pesos); los hay de diferentes metales, aleaciones, espesores, diámetros, formas y pesos.

**6. Acuñación.** Primero se graba el canto de los cospeles y después se imprimen a presión las imágenes en ambos lados de la pieza.

# Partes de la moneda

**Valor.** Valor nominal respecto a la unidad monetaria vigente.

**Fecha.** Año de acuñación

**Ceca.** Casa de moneda a la que pertenece.

**Anverso, cara, faz, haz o rostro.** Es la cara principal de una moneda, donde se imprime la efigie o dibujo más representativo.

Foto José Rodríguez

**Grafilia.** Es el grabado, generalmente de puntos o barras, sobre la circunferencia. Puede ser una línea continua, o puede no existir.

**Cordoncillo.** Labrado que muestra la moneda en el canto. Sirve como elemento de seguridad para evitar la mutilación y la falsificación.

## La morralla

Las monedas de bajo valor nominal suelen despreciarse. No es raro que sean rechazadas incluso en transacciones cotidianas de bajo monto, como en el pago del transporte público, en la compra de boletos del metro o en las propinas. Más allá del valor nominal, las monedas que van de los 5 centavos a los 10 pesos cuentan en el diseño de sus caras con elementos gráficos de gran valor histórico pocas veces apreciados que retoman detalles del Calendario Azteca, enumerados a continuación:

**5 centavos.** Estilización de los rayos solares del anillo de los Quincuces de la Piedra del Sol.

**10 centavos.** Estilización del anillo del Sacrificio.

**20 centavos.** Estilización de Ácatl, décimo tercer día.

**50 centavos.** Estilización del Anillo de la Aceptación.

**Módulo.** Diámetro de una medalla o moneda; se expresa en milímetros (mm).

**Reverso.** Cara opuesta al anverso.

**Campo.** Es la superficie lisa de ambas caras.

**Reborde.** Es el límite del campo con el canto, sobresale un poco en altura; de esta forma se atenúa el desgaste sobre la impronta.

**Foto** José Rodríguez

**Impronta.** Conjunto de leyendas, dibujos o figuras que aparecen estampados sobre el cospel virgen (disco de metal sin labrar) en ambas caras.

**Peso.** El peso de la moneda se expresa en gramos (g).

**Canto.** Es el espesor de la moneda.

**1 peso.** Estilización del anillo del Resplandor.

**2 pesos.** Estilización del anillo de los Días.

**5 pesos.** Estilización del anillo de las Serpientes.

**10 pesos.** Estilización del centro de la Piedra de los Soles, Tonatiuh, con la máscara del fuego.

**Fotos** Roberto Paz

Si usted desea apreciar de forma interactiva estos detalles en las monedas, y su ubicación en el Calendario Azteca, puede ingresar a la página de la Casa de Moneda: www.cmm.gob.mx, en la sección "Nuestra Casa"/"Diseño y características del cono monetario".

**Fuente** www.cmm.gob.mx

## La invención del dinero

Las primeras monedas se acuñaron en Lidia (antigua región del oriente de Asia Menor) entre el año 640 y el 630 a.C. En el libro *La Historia del dinero*, Jack Weatherford asevera: “El genio de los monarcas lidios consistió en reconocer la necesidad de lingotes muy pequeños y fácilmente transportables, equivalentes a no más de unos pocos días de labor o una pequeña fracción de una cosecha. Al confeccionar esos lingotes más reducidos, de un tamaño y peso estándar, y al imprimir en ellos un emblema que indicaba su valor incluso a los analfabetos, los reyes de Lidia ampliaron exponencialmente las posibilidades de cualquier empresa comercial”.

Antes de que existieran estas protomonedas era necesario pesar el oro o la plata cada vez que se realizaba una transacción, con la posibilidad de cualquier cantidad de alteraciones. La complejidad aumentaba cuando se utilizaban otras mercancías como medio de pago (cacao, plumas, conchas, ganado, etc.).

La acuñación y uso de las monedas significó un cambio cualitativo en el curso de la historia del hombre. Esta nueva mercancía ofrecía varias ventajas respecto a otras utilizadas como medio de pago en los antiguos imperios.

Sobre las bondades de la moneda, Jack Weatherford afirma que: “brindó a los antiguos comerciantes, granjeros y consumidores un medio de intercambio permanente que era fácil de almacenar y de transportar. Esa facilidad de uso, la estandarización del valor y su duración como reserva para almacenar la riqueza familiar atrajo cada vez más gente hacia la nueva mercancía”.

Más allá de su valor nominal, las monedas tienen un valor histórico y estético que muchas veces pasa inadvertido en su uso cotidiano. Quizá después de conocer un poco más sobre su hechura valga la pena verlas desde otro ángulo, además de apreciarlas como medio de pago.

Por cierto, el rey Creso, quien gobernó Lidia del 560 al 546 a.C, acuñó monedas de oro y plata; su riqueza no surgió de las conquistas militares, sino del comercio.

**Foto** José Rodríguez

## Semillero de artistas

La abundancia de metales preciosos en la Nueva España, y la introducción de maquinaria de acuñación moderna hacia 1730, hicieron que la Casa de Moneda de México ganara reconocimiento internacional hasta convertirse en la mayor ceca del mundo durante el siglo XVIII, con capacidad para acuñar 30 millones de pesos plata por año. Esta producción exigía mano calificada, no sólo en el manejo de los metales, sino también en la parte creativa para elaborar los diseños.

En este contexto, en el año de 1779, llegó al Nuevo Mundo Gerónimo Antonio Gil, experto grabador y autor de muchos de los sellos reales durante el reinado de Carlos III, con la encomienda de capacitar a algunos artesanos en la elaboración de diseños para las monedas.

Las clases iniciaron en 1781 en las instalaciones de la Casa de Moneda de la Nueva España, con tal éxito que un par de años después, en 1783, y por orden de una cédula real, se funda la Real Academia de San Carlos de las Nobles Artes, donde se impartían clases de arquitectura, pintura y escultura. Para su funcionamiento, esta institución, origen de la actual Academia de San Carlos, recibía recursos del Real Tribunal de Minería, el Consulado y algunas capitales de las provincias. Gerónimo Antonio Gil fue director de grabado hasta su muerte, ocurrida en 1798.

**Fuente** *La acuñación en México 1535-2005*, Chapa Ediciones, 2005.

signo de la ceca mexicana, que aún hoy se utiliza en las monedas de curso corriente: una **M** con una **o** encima. La representación de la ceca de Madrid era también una **M**, pero con una corona en la parte superior.

De entre las piezas acuñadas en el siglo XVIII sobresale por su diseño la llamada **columnaria**, que muestra en el reverso dos hemisferios flanqueados por las columnas de Hércules; cada una de éstas ostenta unas bandas con la leyenda "plus ultra", símbolo de que el dominio de la corona española se extendía más allá de lo que se consideraba el fin del mundo. Obligado es que la exhibición numismática incluya una de estas piezas; lo sorprendente es que además cuenta con el punzón original (molde) de la moneda.

De las piezas de la Colonia, la muestra pasa a las elaboradas en la turbulenta época de Independencia, en que operaron otras casas de moneda de forma paralela a la existente en la capital. Por ello es común ver piezas fabricadas en Chihuahua, Sombrerete (Zacatecas), Oaxaca y Real de Catorce (SLP), entre otros lugares. La producción de estas casas foráneas atenuó la escasez del circulante y apoyó las economías locales, así como a cada uno de los bandos beligerantes.

Tanto los realistas como los insurgentes acuñaron sus monedas, de hecho surgieron las llamadas monedas provisionales, que pretendían cubrir las necesidades inmediatas, con miras a desaparecerlas una vez terminada la guerra. Si bien en su momento esta situación provocó un caos monetario (como también ocurrió durante la Revolución), hoy cada una de estas piezas recuperadas es de gran valor histórico.

Las casas de moneda foráneas funcionaron de 1810 a 1905, año en que el gobierno retomó la exclusividad en la elaboración de monedas. Pero fue en 1848 cuando la Casa de Moneda de la capital se instaló en el edificio de la calle del Apartado, donde funcionó hasta 1992.

De vitrina en vitrina, las piezas expuestas son muestra de los acontecimientos históricos de nuestro país: el primer imperio está representado por una moneda con el busto desnudo de Agustín de Iturbide (1821-1823) y el águila coronada. Y tampoco podían faltar las piezas de oro y plata con el perfil barbado de Maximiliano (1864-1867). Imposible no identificar el hoy preciado **centenario** (50 pesos oro), que se fabricó por primera vez en 1921 para conmemorar el centenario de la consumación de la Independencia.

Por lo demás, el pasado indígena se retomó en las monedas acuñadas tras la época revolucionaria. Entre todos los motivos, el más utilizado hasta ahora ha sido el Calendario Azteca o Piedra del Sol (vea el recuadro "La morralla"). Juana de Asbaje (Sor Juana) y Octavio Paz son los únicos dos personajes de las letras mexicanas cuyas efigies han sido plasmadas en monedas.

Mención aparte en este recorrido por el museo merece la representación del águila devorando una serpiente, icono recurrente en la numismática nacional. Esta imagen ha sufrido modificaciones que pueden apreciarse con claridad en la página de la Casa de Moneda (www.cmm.gob.mx), en el apartado"Nuestra casa"/"Tipos de águila". Cada representación viene acompañada del nombre con el que se le conoció, así como de una breve explicación de sus principales características.

La colección también incluye medallas conmemorativas de gran belleza en cuanto al diseño. Vale la pena señalar que la ceca de México cuenta con reconocimiento internacional por la calidad en los grabados y la hechura de sus piezas.

Por todo lo anterior, no son pocos los países que contratan los servicios de nuestra Casa de Moneda, tanto para fabricar piezas de curso legal como conmemorativas, entre éstos Uruguay, Nicaragua, Honduras, El Salvador, Turquía, India y China.

**Fuentes** Entrevista con Salvador García, guía del Museo Numismático Nacional • *La acuñación en México 1535-2005*, de Arturo Chapa, ediciones Chapa, 2005 • *La historia del dinero. De la piedra arenisca al ciberespacio*, de Jack Weatherford, editorial Andrés Bello, 1997 • www.cmm.gob.mx.

# Las cifras del amor

**Por** Viridiana Ponce y Óscar Lojero

Se cree que el Papa Gelasio designó el 14 de febrero como día de San Valentín en el año 496, aproximadamente, con la intención de cristianizar las lupercales, fiestas romanas paganas en las que se celebraba la vida y la fecundidad. A varios siglos de distancia, podemos decir que esta celebración no tiene nada de pagana ni de religiosa. La verdad es que se trata de un evento meramente comercial. Pero como la intención no es arruinar la fiesta a los tórtolos, limitémonos a mencionar algunas cifras y datos curiosos relacionados, de una u otra manera, con el amor (y con el desamor también).

## Consumo

Según una encuesta sobre el día del amor y la amistad realizada por Profeco en el 2006, **69%** de los entrevistados festeja esta fecha.

Los chocolates son el detalle preferido para el 14 de febrero, seguido por la ropa, las flores y los peluches.

El día de San Valentín se incrementan hasta **80%** las ventas de los restaurantes.

En las *sex shops* mexicanas se venden alrededor de **20 millones** de dólares al año, en productos como revistas, juguetes sexuales, películas, etcétera.

**Foto** archivo

**Foto** archivo

## Hoteles

De acuerdo con una encuesta nacional sobre sexo, realizada por la empresa Consulta Motofsky en 2004, cerca del **20%** de los mexicanos tuvieron su primera relación sexual en un hotel de paso (la segunda opción después de la casa).

En la Ciudad de México existen alrededor de mil **400** hoteles de paso. El día de San Valentín es el de mayor demanda del año, pues en el transcurso de la jornada los establecimientos registran una afluencia equivalente a **siete** veces el cupo total por día.

Foto archivo

## Pornografía

Los estimuladores sexuales más utilizados en todo el mundo son la pornografía, los aceites para masaje y los lubricantes (aunque estos dos últimos productos, por sí mismos, no son propiamente estimuladores).
En el mundo la industria pornográfica genera **60 mil millones** de dólares al año.

## Sexo

El informe sobre Bienestar Sexual 2007, patrocinado por la marca de condones Durex (realizado a **26 mil** personas de 26 nacionalidades), reveló que **44%** de las personas están completamente satisfechas con su vida sexual.
Islandia es el país donde los jóvenes pierden la virginidad a más temprana edad (**15.6 años**), mientras que en Italia esto sucede en promedio a los 18 años.
Grecia ocupa el primer lugar en actividad sexual con **138 relaciones** al año; le siguen Croacia con **134 encuentros** y Serbia y Montenegro con **128 relaciones** sexuales. En México el promedio es de **122 encuentros** sexuales, con una duración de 22 minutos (la media mundial es de 18 minutos).
A pesar de que Japón ocupa el último lugar en relaciones sexuales, con **48 al año**, es el país que tiene el mayor consumo de condones, pues **40%** de sus habitantes los usa de manera habitual por ser sinónimo de “higiene y aseo”.

Foto archivo

## Infidelidad

Según Eduardo Muriel (investigador privado desde hace mas de 40 años), en nuestro país **60%** de las mujeres protagoniza casos de infidelidad, mientras que en los hombres la cifra es de **40%**.

Según estimaciones del propio Muriel, en los años 70 los índices de infidelidad por parte de los hombres era de **85%** y en las mujeres de **15%**.

De acuerdo con el mismo investigador, los lugares preferidos para encontrar una pareja prohibida son el trabajo y el gimnasio.

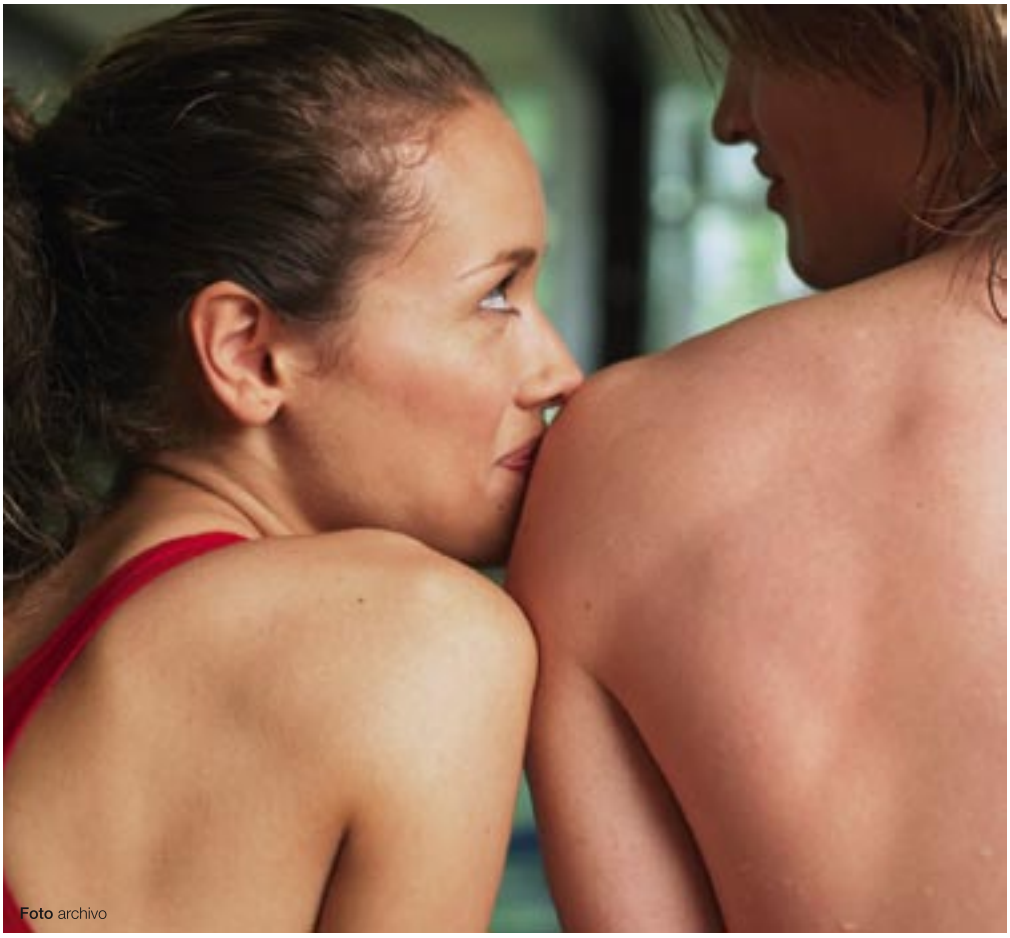


**Foto** archivo

**Foto** archivo

## Divorcio

De acuerdo con el INEGI, en 1980 se registraron **21 mil 548** divorcios en México, mientras que para el 2005 la cifra aumentó a **70 mil.**

**Fuentes** *Revista del consumidor* del mes de febrero de los años 2003, 2005, 2006 y 2007 • www.consulta.com.mx • www.inegi.gob.mx • www.profeco.gob.mx • www.eluniversal.com.mx • www.durex.com

Foto archivo

# Si la presión sube

A pesar de los esfuerzos de las instituciones de salud para detectar y prevenir la **hipertensión arterial,** más de la mitad de la población hipertensa mundial desconoce su condición. No obstante su elevada presencia, la **hipertensión arterial** es prevenible, ya que la mayor parte de los factores de riesgo relacionados con el padecimiento son resultado del estilo de vida de las personas.

**Por** Alejandra Sánchez Plascencia

En la mayoría de los países desarrollados, las enfermedades crónicas no transmisibles han logrado igualar e inclusive superar la prevalencia de las enfermedades infecciosas.

La hipertensión arterial tiene un terrible impacto en la calidad de vida de quienes la padecen, en gran medida, porque carece de manifestaciones clínicas evidentes para el paciente.

Por lo anterior, parece un cliché, pero está más vigente que nunca: a la hipertensión arterial (HA) se le conoce como "el asesino silencioso". Cerca del 60% de la gente que padece hipertensión arterial descubre su condición demasiado tarde, cuando presenta ya insuficiencia cardiaca, renal o sufre un infarto.

La elevación de las cifras de presión arterial es tal vez el problema de salud pública más trascendente en los países occidentales. A mayor presión sanguínea, mayor la probabilidad de infarto al miocardio, accidente cerebrovascular (primera y sexta causas de muerte en nuestro país), insuficiencia cardiaca y enfermedad renal.

La mejor forma de controlar una enfermedad es conocer las causas que la originan y, sobre todo, tomar conciencia para prevenir su aparición.

La presión arterial es la fuerza que ejerce la sangre contra las paredes de las arterias (los vasos sanguíneos que llevan la sangre del corazón al resto del cuerpo). Las paredes musculares de las arterias y sus ramificaciones, las arteriolas, ajustan su diámetro con el fin de aumentar o disminuir el flujo de sangre que va hacia una zona específica del organismo.

La presión arterial cambia a lo largo del día; por ejemplo, aumenta al practicar ejercicio, en situaciones de estrés, durante la actividad sexual, etc., y disminuye mientras dormimos, cuando el cuerpo está en reposo. Sin embargo, la presión sanguínea debe mantenerse en un nivel seguro para que el oxígeno y los diversos nutrientes que lleva la sangre se distribuyan a todo el organismo.

Pero, ¿qué pasa cuando la presión arterial se mantiene persistentemente alta?

## Presión a la alza

La presión arterial constantemente elevada, esto es, la hipertensión, debilita las arterias porque acelera el depósito de triglicéridos y otros materiales grasos en ellas, pudiendo provocar aterosclerosis. Como consecuencia, se dañan sobre todo los tejidos del cerebro, corazón y riñones, y aumenta el riesgo de accidente cerebrovascular, de infarto, insuficiencia cardiaca y renal. En pocas palabras, la hipertensión es un padecimiento grave, que debe atenderse oportunamente.

El doctor Guillermo López Castellanos, médico internista del IMSS, explica: "La hipertensión no provoca síntomas, y cuando éstos se presentan es porque se ha perdido la regulación del tono vascular, lo que significa que los vasos sanguíneos ya están afectados, al igual que los tejidos a los que llegan esos vasos. Los síntomas se empiezan a reflejar específicamente si hay un daño en esos tejidos".

El especialista añade que los síntomas como dolor de cabeza, ver lucecitas o zumbido de oídos, no son específicos de hipertensión arterial, sino reflejo del daño en el tono vascular, cuando los vasos se cierran y producen manifestaciones clínicas tan graves como el crecimiento del corazón.

Para el diagnóstico de hipertensión es necesario consultar al médico, quien por medio de un examen general e historia clínica (los antecedentes familiares son importantes), debe tomar le lectura de la presión arterial (mediante un instrumento denominado baumanómetro), además de algunos estudios de rutina.

## De origen desconocido

La hipertensión es un padecimiento que, aunado a la diabetes, representa un grave problema de salud en nuestro país, en donde hay cerca de 15 millones de hipertensos.

Existen dos tipos principales de hipertensión arterial:

**Hipertensión primaria o esencial.** Representa el 95 % de los casos, y aun cuando es la más frecuente, se desconoce su origen.

Su presencia se asocia con los cambios propios de la edad, como el endurecimiento de las arterias grandes y la obstrucción de las arterias pequeñas.

Entre los factores de riesgo que se relacionan con la hipertensión primaria destacan el consumo excesivo de sal y alcohol, tabaquismo, sobrepeso, obesidad, colesterol alto, diabetes *mellitus* tipo 2, sedentarismo y factores hereditarios, al igual que la insuficiencia renal.

**Hipertensión secundaria.** El 5% de las personas con hipertensión la tienen y obedece a desórdenes específicos de un órgano o vaso sanguíneo, por ejemplo, la obstrucción de la arteria que suministra sangre a los riñones.

> "La lectura de la presión arterial, se toma por medio de un instrumento denominado baumanómetro."

## Doble lectura

Para diagnosticar la hipertensión arterial es necesario medir la presión. La lectura obtenida involucra dos cifras importantes. La primera (el valor mayor) se refiere a la presión más elevada en las arterias, cuando el corazón se contrae, y se llama presión sistólica.

La segunda cifra (el valor menor) refleja la presión más baja en las arterias, entre los latidos, cuando el músculo del corazón se relaja

## ¿Niños de sal?

La hipertensión no distingue género o edad y puede presentarse en jóvenes e incluso en bebés. La presión arterial primaria (de origen desconocido) en niños es de 1%; la presión arterial secundaria muchas veces se presenta por la falta de control en el consumo de sodio y golosinas en los niños, lo que también favorece la obesidad (20% de los niños menores de 10 años tienen sobrepeso u obesidad). Tan sólo en el Centro Médico Nacional La Raza, de aproximadamente 2 mil pacientes infantiles atendidos, 40 de ellos presentaron hipertensión arterial.

**Foto** archivo

**Foto** archivo

antes de contraerse de nuevo, esto es, presión diástolica.

El resultado de la medición, realizada con un baumanómetro, se determina en unidades de milímetros de mercurio (mmHg), que significa la altura a la que la presión dentro de las arterias podría elevar una columna de mercurio.

Una lectura de, por ejemplo, 120/80 mm Hg significa que la presión sistólica es de 120 mmHg y la diastólica de 80 mmHg.

Clasificación de la presión sanguínea para adultos de 18 años y más

| Clasificación de la presión sanguínea | Presión sanguínea sistólica | Presión sanguínea diastólica |
|---|---|---|
| Normal | <120 | < 80 |
| Prehipertensión | 120-139 | 80-89 |
| Hipertensión etapa 1 | 140-159 | 90-99 |
| Hipertensión etapa 2 | < 160 | < 100 |

**Fuente** *La explicación mexicana en salud pública*, Secretaría de Salud, 2006

## El tratamiento

"Cuando a un paciente se le diagnostica hipertensión arterial, debe aprender a medir su presión en casa, para lo cual tiene que reposar sentado al menos cinco minutos antes. Esta medición no reemplaza las lecturas del médico, las complementa", indica el doctor López Castellanos, quien agrega: "En mi opinión los baumanómetros digitales para medir la presión no son recomendables porque se descalibran fácilmente, es mejor utilizar baumanómetros de mercurio".

Sin duda, para controlar la presión arterial es necesario que las personas hipertensas modifiquen su estilo de vida y lo enfoquen a mantener un peso adecuado, realizar ejercicio físico y evitar situaciones de estrés.

Asimismo, la alimentación desempeña un papel fundamental. En general, la dieta debe incluir el consumo bajo de grasas saturadas y mayor de frutas, vegetales y cereales, en particular, se debe limitar el consumo de alcohol y de sal.

## Hipercifras

- Según la **Organización Mundial de la Salud (OMS),** existe más de un billón de hipertensos en el mundo, de los cuáles **70%** corresponde a países en vías de desarrollo.
- La **HA** es **2.6** veces más frecuente en las **personas obesas.**

En ciertos casos son necesarios medicamentos antihipertensivos.

Cuide su salud, prevenga un mal mayor. No dé por hecho que usted no es hipertenso, recuerde que el número de afectados es más elevado de lo que muestran las estadísticas, porque se estima que sólo han sido diagnosticados dos de cada tres personas.

**Fuentes** Entrevista con el médico internista Guillermo López Castellanos, Instituto Mexicano del Seguro Social • *La experiencia mexicana en Salud Pública*, Biblioteca de la Salud, Secretaría de Salud, 2006 • *Boletín de prensa 280*, Instituto Mexicano del Seguro Social, julio 2007 • www.texasheartinstitute.org

# Recetario de Cuaresma

Para los mexicanos, **la Cuaresma** es una **tradición** muy arraigada en la que, como en todas nuestras celebraciones, los **alimentos** son esenciales. La costumbre de comer **pescado** en estos días forma parte de la tradición, pero **nuestra cocina** es tan rica, que el pescado es sólo **una más de las opciones**. Por eso le ofrecemos algunas recetas de platillos **sabrosos, nutritivos y baratos** que podrá disfrutar **en esta temporada**.

# Tlacoyos capeados en salsa de tomate

(6 porciones)

## Ingredientes

- Masa de maíz (600 g)
- 1 1/2 tazas de frijoles cocidos y machacados
- Queso rallado (120 g)
- 3 huevos
- 1 cucharada de harina
- 3/4 de taza de puré de tomate
- 1 cebolla chica (una mitad picada y la otra rebanada)
- 1 diente de ajo (picado finamente)
- 1 rama de epazote
- Aceite para freír
- Sal y pimienta al gusto

## Preparación

1. La masa se mezcla con unas cucharadas de agua y sal hasta que adquiera una consistencia suave. Se hacen unas tortillas ovaladas y en el centro se les coloca una cucharada grande de frijoles y un poquito de queso.
2. Se forman los tlacoyos cerrando la tortilla hacia el centro y aplanándola ligeramente. Sobre un comal caliente se cuecen por ambos lados.
3. Las claras se baten a punto de turrón, se agregan las yemas y una cucharada de harina, y se mezclan con movimientos envolventes para que no se baje. Los tlacoyos asados se pasan por el huevo y se fríen en el aceite caliente. Se escurren sobre papel absorbente.
4. Se sofríen la cebolla y el ajo picados, se les agrega el puré de tomate y el agua necesaria para hacer un caldillo. Se condimenta con sal, pimienta y el epazote lavado. Se deja hervir hasta que el caldillo esté bien sazonado.
5. Un poco antes de servir los tlacoyos se colocan en la salsa caliente durante unos minutos; se sirven con un poco de caldillo, se adornan con la cebolla rebanada y se espolvorean con el resto del queso.

# Caldo tlalpeño

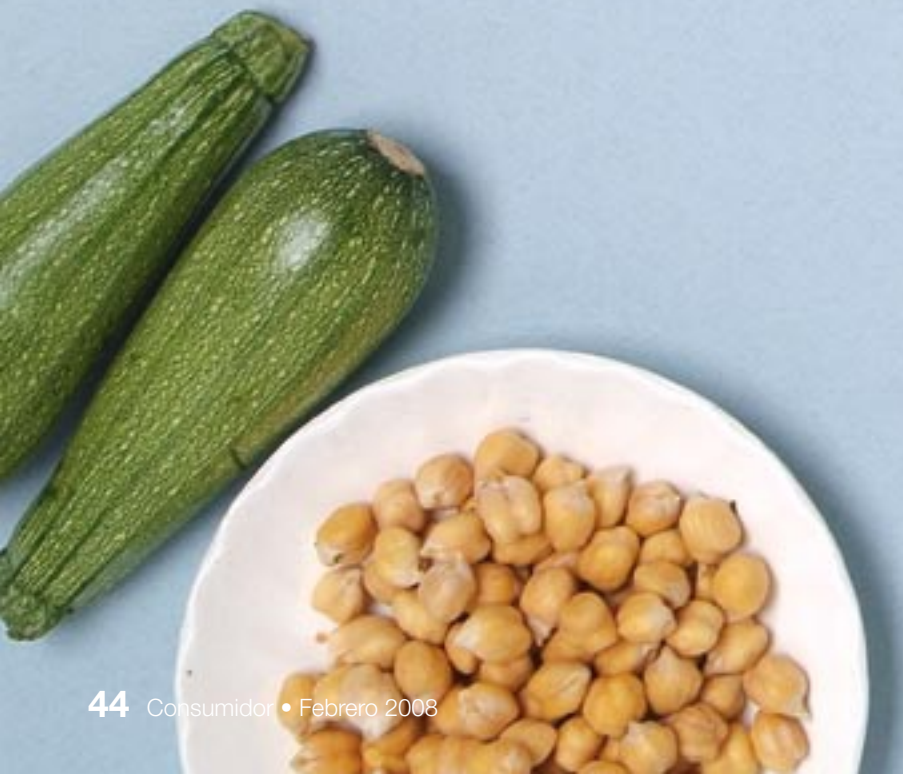
(6 porciones)

## Ingredientes

- 3/4 de kg de pollo (piernas y muslos)
- 2 tazas de garbanzos precocidos
- 1 taza de arroz lavado
- 1 aguacate (opcional)
- 1 cebolla mediana partida en trozos
- 6 zanahorias medianas cortadas en tiras regulares
- 6 calabacitas medianas cortadas en tiras regulares
- 3 ramitas de cilantro bien lavado
- Chile chipotle en adobo, al gusto
- Sal al gusto

## Preparación

1. El pollo se pone a cocer en dos litros de agua con la cebolla, el cilantro y las zanahorias.
2. Después de 15 minutos se agregan los garbanzos, las calabacitas y el arroz. Se deja a fuego medio hasta que el pollo y las verduras estén cocidas. Se sazona con la sal.
3. Se sirve con rebanadas de aguacate y chile chipotle al gusto.



# Nuggets de pescado

(6 porciones)

## Ingredientes

- 1/2 kg de pescado (cocido y desmenuzado)
- 2 tazas de pan molido
- 1/2 taza de leche
- 3 cucharadas de harina de trigo
- 1 huevo
- Sal y pimienta al gusto

## Preparación

1. Mezcle el pescado con el huevo, el pan molido, la leche sal y pimienta (la cantidad de leche puede variar, verifique que quede una masa homogénea y manejable).
2. Forme los nuggets del tamaño deseado y enharínelos.
3. Fría los nuggets en aceite bien caliente o si lo prefiere hornéelos en una charola previamente engrasada a 180º C durante 20 minutos aproximadamente.
4. Sirva los nuggets con la salsa y ensalada de su preferencia.

# Hamburguesas de verduras con pescado

(6 porciones)

## Ingredientes

- Pescado entero (lisa, tilapia o carpa) cocido y desmenuzado (450 g)
- 1 1/2 tazas de texturizado de soya en seco (90 g)
- 1 pieza de huevo
- 1 manojo de espinacas lavadas, picadas cocidas y escurridas
- 3 zanahorias chicas, lavadas y ralladas
- 1/4 de cebolla picada finamente
- 2 tazas de pan molido
- Harina para revolcar las hamburguesas (30 g)
- 1/2 taza de aceite
- Curry en polvo (opcional)
- Sal y pimienta al gusto

## Preparación

1. La soya texturizada se remoja en tres tazas de agua caliente. Cuando esté suave se cuela, se escurre y se exprime. El pescado se mezcla con la soya texturizada, el pan molido, las espinacas, las zanahorias, la cebolla y el huevo. Se sazona con sal, pimienta y un poquito de curry; se amasa hasta que quede una mezcla homogénea.
2. La masa se divide en 18 porciones iguales y se forman las hamburguesas; se pasan por el harina dando ligeros golpecitos para que se impregnen bien por ambas partes. Se fríen en el aceite bien caliente.
3. Se escurren sobre papel absorbente para eliminar el exceso de grasa.
4. Se sirven acompañadas de ensalada, o bien, en pan para hamburguesas.

# Albóndigas de arroz con queso

(6 porciones)

## Ingredientes

- 2 1/2 tazas de arroz cocido (puede ser del día anterior)
- Queso asadero en cuadritos (150 g)
- Queso asadero rallado (90 g)
- 3 huevos
- 5 ramas de perejil finamente picado
- 1 taza de pan molido
- 1/2 taza de aceite para freír
- 3 jitomates
- 1/4 de cebolla
- 1 diente de ajo
- 3 ramas de cilantro
- Sal y pimienta al gusto

## Preparación

1. Se integra el arroz con los huevos, la sal, la pimienta, el perejil y 10 cucharadas soperas de pan molido, se amasa la mezcla para que todo se integre muy bien y se hacen bolitas poniendo los cuadritos de queso en medio; se empanizan con el resto del pan molido.
2. En una sartén con el aceite muy caliente se doran y se ponen a escurrir en servilletas de papel.
3. El jitomate, la cebolla, el cilantro y el ajo se licuan perfectamente. Esta salsa se fríe en dos cucharadas de aceite y se sazona con sal y pimienta.
4. Antes de servir, las albóndigas se introducen en el caldillo, se espolvorea el queso rallado, se tapa el recipiente y se deja al fuego unos minutos para que gratine, o si prefiere, puede hornearlas.

# Mixiotes de pollo

(6 porciones)

## Ingredientes

- 6 piezas de pollo
- 2 papas medianas en cubos
- 4 nopales grandes en cuadros
- 1/2 cebolla
- 8 chiles guajillos asados, desvenados y remojados
- 3 dientes de ajo
- 6 hojas de aguacate lavadas
- 2 cucharadas de aceite
- 3 clavos
- Cominos
- Sal y pimienta al gusto
- 6 hojas de maguey o 6 bolsas de plástico
- Hilo (para amarrar los mixiotes)

## Preparación

1. Los chiles se licuan con los cominos, los ajos, la cebolla, los clavos; se sofríe en el aceite bien caliente. Se sazona con sal y pimienta.
2. En cada hoja de maguey o una bolsa de plástico abierta por la mitad y extendida se coloca una pieza de pollo, un poco de salsa, papas, nopales y una hoja de aguacate, se envuelven y se amarran muy bien.
3. En una vaporera se colocan los mixiotes y se retiran hasta que el pollo se cueza.
4. Se sugiere servirlos acompañados con arroz blanco.

# Budín de sardina

(6 porciones)

## Ingredientes

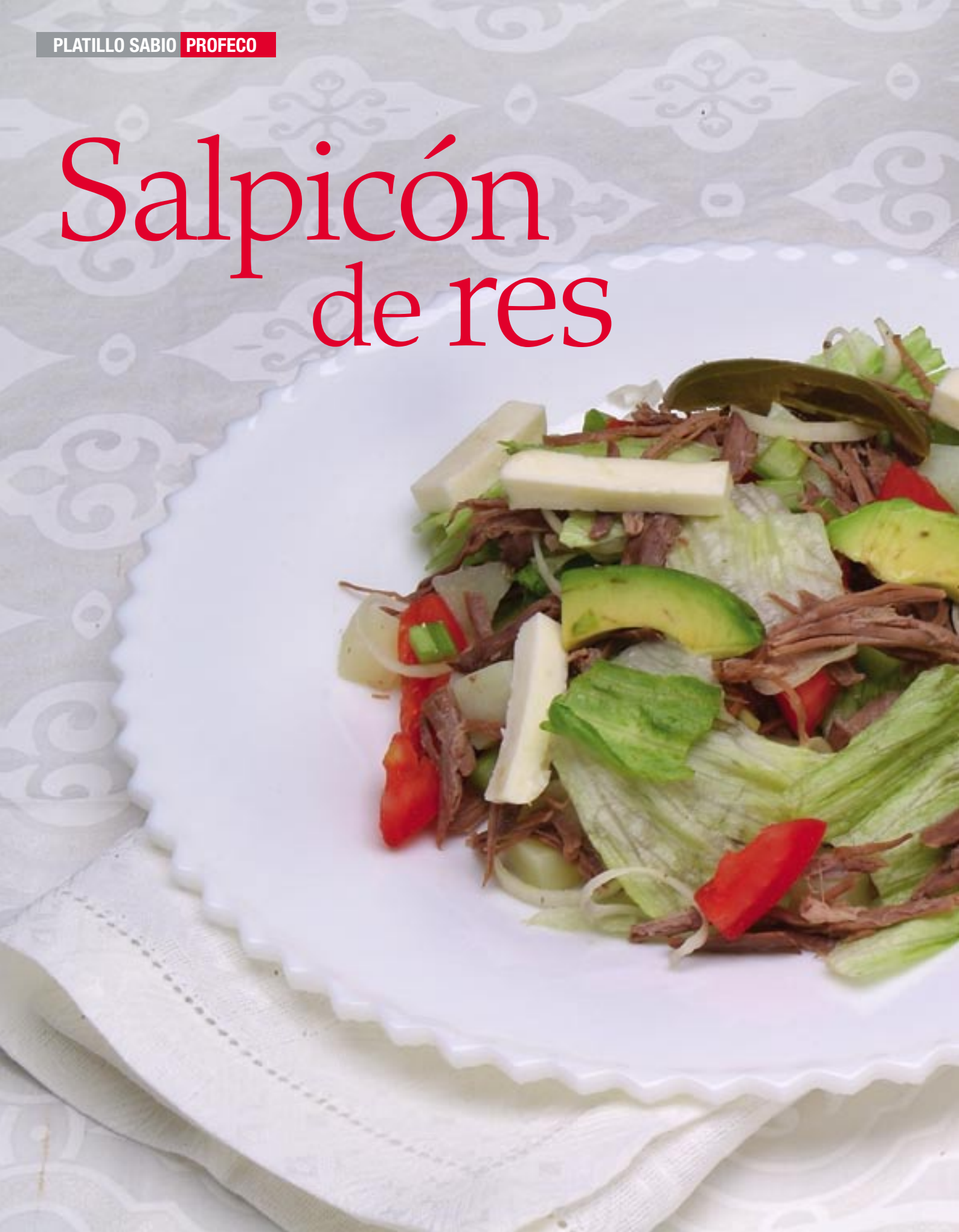
- 1 lata de sardinas en jitomate
- 16 tortillas
- 3 chiles poblanos
- 3 jitomates
- 1/4 de taza de crema (60 ml)
- Queso rallado o fresco (100 g)
- 1/4 de taza de aceite
- 1 rama de epazote
- Sal al gusto

## Preparación

1. Los chiles se asan, se sudan (dentro de una bolsa de plástico envueltos en un trapo de cocina), se pelan, se desvenan y se cortan en rajas.
2. El jitomate se asa y se licua con el epazote. Las tortillas se fríen ligeramente y se escurren. En un refractario previamente engrasado se coloca una capa de tortillas y encima se acomodan las rajas, el jitomate, el queso, las sardinas y se vierte una porción de crema
3. A continuación se pone otra capa de tortillas y se repite la operación anterior hasta terminar los ingredientes (la ultima capa debe de ser de tortillas).
4. El budín se cubre con crema y queso desmoronado; se hornea por 30 minutos a fuego medio y se sirve de inmediato.

**Fuente** Nutrióloga María Rosa Ochoa Camposeco.
**Fotos** José Rodríguez.

# Salpicón de res



Psic. Pilar Sordo*

# ¿Ellos Vs. Ellas?

**La diferencia que existe entre hombres y mujeres está dada de manera natural y estructural, tiene que ver con la constitución biológica, lo cual genera consecuencias psicológicas**

Se plantea que hombres y mujeres somos iguales; sin embargo, cuando alguien es igual a mí se tiene la predisposición a pensar que esa persona actúa, piensa y siente igual que yo. En realidad, nadie actuará exactamente igual que otra persona, menos aún que alguien del sexo contrario. No es cierto que hombres y mujeres seamos iguales, la verdad es que somos absolutamente distintos y debemos ser capaces de valorar nuestras diferencias.

Igualdad no es lo mismo que equidad. Sin duda, tenemos derechos que nos igualan y, por lo mismo, debiéramos tener las mismas oportunidades, pero esto no quiere decir que seamos iguales ni psicológica ni socialmente hablando.

## Soltar y retener

Las palabras que se asocian espontáneamente y con mayor frecuencia a óvulo y espermio es retener en el caso del óvulo (femenino) y soltar, en el caso del espermio (masculino). Pareciera ser que dentro de lo masculino es natural la liberación y la capacidad de desprenderse y soltar los procesos; de hecho, un hombre no puede generar vida si sus espermios no salen de él; por lo tanto, necesariamente debe soltarlos. Por otra parte, una mujer no puede generar vida si no tiene la capacidad de retener a un bebé dentro de sí misma.

Siguiendo este concepto, la mujer está diseñada para retener líquido en mayor proporción que los hombres. Aquí se nos viene a la cabeza en forma inmediata la temida celulitis que, al igual que el estreñimiento, se da más en ellas que en ellos. Retener tiene también mucha relación con conductas propias de la vida cotidiana como: guardar alimentos en el refrigerador pensando que se pueden volver a utilizar; no botar los papeles de las carteras o traerlas siempre llenas de cosas "por si acaso"; guardar objetos en la ropa o dentro de nuestros clósets también "por si acaso" se necesitan.



suscríbete

GanarSalud
*La revista que* te cuida

Pediatría • Adolescentes • Salud para Él y Ella • En Plenitud • Belleza • Nutrición
Salud Financiera • Del siglo XXI • En Pareja • Medicina del deporte y **¡Mucho Más!**

Llama al: 5515 3818 o escríbenos a: suscribete@ganarsalud.com

# Palomitas de maíz para microondas

Hasta hace muy poco tiempo las palomitas se preparaban en casa. Ahora, sin embargo, se industrializan y ya sólo hay que ponerlas en el microondas. **¿Cuáles prefiere usted? ¿Sabor natural, a mantequilla o con mantequilla extra?** Le informamos que muchas marcas emplean altas cantidades de sal y de grasas (que no siempre declaran), y que la "mantequilla" no es precisamente mantequilla...

Aunque la composición nutricional de las palomitas industrializadas debiera ser muy similar a la de las que se cocinaban en casa con maíz de la misma especie, ésta varía debido a los ingredientes añadidos, pues son adicionadas con grasa, sal, colorantes y saborizantes (como el llamado diacetil, empleado para dar el sabor a mantequilla), además de que se utilizan grasas vegetales parcialmente hidrogenadas, también conocidas como grasas trans (vea el recuadro "Grasas trans").

## El estudio

Se evaluaron 40 marcas de palomitas, 12 de sabor natural y 28 con sabor mantequilla. En todos los casos se tomaron muestras de diferentes lotes en distintos puntos de venta, verificando que estuvieran dentro de la fecha de caducidad.

Se procedió a la preparación del producto bajo las mismas condiciones para todos, siguiendo las instrucciones del etiquetado, y utilizando el mismo horno de microondas. Cada producto se sometió a las pruebas que a continuación se indican:

**Composición.** Se analizó el contenido de proteína, grasa y tipo de grasa empleada. También se determinó el aporte calórico de los productos para compararlo entre los diferentes tipos y marcas existentes.

**Contenido de sodio.** La Organización Mundial de la Salud (OMS) recomienda no consumir más de seis gramos de sal (2,400 mg de sodio) al día, por lo que se consideró necesario cuantificar el aporte que significa el consumo de estas palomitas.

**Porcentaje de granos que no revientan.** Este porcentaje representa una pérdida para el consumidor.

**Información al consumidor.** Se verificó que todas las muestras estuvieran debidamente etiquetadas e incluyeran información sobre lote, contenido neto, denominación, marca, razón social, nombre y domicilio del fabricante o comercializador. También se evaluó que la información ostentada fuera veraz y no confundiera al consumidor.

**Precio.** Aunque no fue un criterio para evaluar la calidad, las tablas de resultados incluyen el precio promedio por 100 gramos de producto. Para calcular el precio se utilizó el costo promedio al adquirir el producto en el mercado.

### Ficha técnica

**Periodo del estudio:** 21 de noviembre a 14 de diciembre del 2007
**Periodo de muestreo:** 21 de noviembre a 6 de diciembre de 2007
**Marcas analizadas:** 40
**Pruebas realizadas:** 4,577

**Foto** José Rodríguez

## Palomitas para microondas sabor natural

| Marca / Denominación / País de origen / Presentación | Información al consumidor | Proteína g/100 g | Grasa g/100 g | Sodio mg/100 g | Aporte calórico (kcal por 100 g) | % sin estallar | Costo por 100 g |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Golden Hills / Palomitas de maíz para horno de microondas sabor natural / EU / 99 g | Completa | 9 | 26** | 681 | 523 | Tuvo hasta 11.1% | $5,30 |
| Poffets Sabritas / Maíz palomero para microondas natural / México / 90 g | Tuvo hasta 2.4% más de la grasa declarada. | 8 | 29* | 532 | 534 | Tuvo hasta 5.1% | $5,90 |
| Family Time / Palomitas para microondas natural / EU / 318 g | Incluye dos diferentes fechas de caducidad. | 11 | 8** | 1014 | 432 | Tuvo hasta 5.8% | $3,70 |
| Veloz Movie Pop / Palomitas de maíz para microondas sabor natural / México / 99 g | Tuvo hasta 4.2% más de la grasa declarada. Una muestra tuvo 10% menos del contenido neto declarado. | 8 | 25** | 523 | 513 | Tuvo hasta 9.4% | $4,25 |
| ACT II / Palomitas para microondas sabor natural / México / 99 g | Tuvo hasta 16.1% más de la grasa declarada. Incluye la leyenda "**Sin ACT II no hay tele**" leyenda sin significado que induce a error o confusión. | 9 | 33** | 406 | 551 | Tuvo hasta 4.2% | $6,10 |
| Jolly Time / Palomitas de maíz para horno de microondas sabor natural / EU / 99 g | Tuvo hasta 17.3% más de la grasa declarada. | 9 | 32** | 482 | 548 | Tuvo hasta 3.5% | $4.00 |
| Morelos Insurgente / Palomitas de maíz para horno de microondas sabor natural / México / 99 g | Tuvo hasta 35.4% más de la grasa declarada. | 8 | 27** | 565 | 528 | Tuvo hasta 1.0% | $4.35 |
| Planet Pop / Palomitas de maíz para microondas cotufas para microondas sabor natural / Colombia / 100g | Tuvo hasta 20.6% más de la grasa declarada. Dos muestras tuvieron de 6.5% a 6.7% menos contenido neto de lo declarado. | 9 | 26** | 493 | 522 | Tuvo hasta 6.8% | $5.40 |
| Great Value / Palomitas de maíz para microondas sabor natural / México / 99 g | Tuvo hasta 24.3% más de la grasa declarada. Una muestra tuvo 9.6% menos del contenido neto declarado. | 8 | 33** | 148 | 556 | Tuvo hasta 4.7% | $3.35 |
| Best Choice / Palomitas de maíz para horno de microondas sabor natural / México / 99 g | Dice tener grasa vegetal pero contiene grasa vegetal parcialmente hidrogenada.Tuvo hasta 49.7% más de la grasa declarada. | 8 | 30** | 371 | 542 | Tuvo hasta 5.7% | $4.00 |
| D'Calidad Chedraui / Palomitas de maíz para microondas sabor natural EU / 99 g | Tuvo hasta 49.7% más de la grasa declarada. Incluye leyenda "**Sin colesterol**" que no tiene significado ya que por su naturaleza no contiene. | 9 | 27** | 704 | 529 | Tuvo hasta 7.9% | $3.45 |

* Contiene grasa vegetal (palma).
** Contiene grasa vegetal parcialmente hidrogenada.

## Palomitas para microondas sabor doble y extra mantequilla

| Marca / Denominación / País de origen / Presentación | Información al consumidor | Proteína g/100 g | Grasa g/100 g | Sodio mg/100g | Aporte calórico (kcal por 100 g ) | % sin estallar | Costo por 100 g |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Poffets Sabritas / Maíz palomero para microondas extra mantequilla / México / 90 g | Completa | 8 | 26* | 906 | 521 | Tuvo hasta 6.5% | $5.90 |
| Veloz Movie Pop / Palomitas de maíz para microondas sabor mantequilla extra / México / 99 g | Completa | 8 | 29** | 468 | 540 | Tuvo hasta 6.3% | $4.25 |
| D'Calidad Chedraui / Palomitas de maíz sabor doble mantequilla para horno de microondas / EU / 105 g | Tuvo hasta 1.7% más de la grasa declarada. Incluye leyenda "**Sin colesterol**" que no tiene significado ya que por su naturaleza no contiene. | 8 | 39** | 458 | 587 | Tuvo hasta 3.4% | $3.35 |
| Golden Hills / Palomitas de maíz para horno de microondas sabor doble mantequilla / EU / 105 g | Tuvo hasta 4.3% más de la grasa declarada. | 8 | 37** | 696 | 581 | Tuvo hasta 3.8% | $4.80 |
| Jolly Time / Palomitas de maíz para horno de microondas sabor extra mantequilla / EU / 99 g | Tuvo hasta 4.6% más de la grasa declarada. | 8 | 33** | 1005 | 560 | Tuvo hasta 5.4% | $2.65 |
| Morelos Insurgente / Palomitas de maíz para horno de microondas sabor mantequilla extra / México / 99 g | Tuvo hasta 37.3% más de la grasa declarada. | 8 | 29** | 452 | 540 | Tuvo hasta 4.8% | $4,35 |
| Planet Pop / Palomitas de maíz para microondas cotufas para microondas sabor a mantequilla extrema / Colombia / 100 g | Tuvo hasta 28.1% más de la grasa declarada. Dos muestras tuvieron de 6.3% a 6.8% menos contenido neto de lo declarado. | 9 | 27** | 678 | 528 | Tuvo hasta 5.1% | $5.40 |
| ACT II / Palomitas para microondas sabor mantequilla extra / México / 99 g | Tuvo hasta 6.5% más de la grasa declarada. Tres muestras tuvieron de 5.8% a 7.5% menos contenido neto de lo declarado. Incluye la leyenda "**Sin ACT II no hay tele**", leyenda sin significado que induce a error o confusión. | 7 | 36** | 751 | 570 | Tuvo hasta 11.1% | $6.10 |
| Best Choice / Palomitas de maíz para horno de microondas sabor extra mantequilla / México / 99 g | Dice tener grasa vegetal pero contiene grasa vegetal parcialmente hidrogenada. Tuvo hasta 36.9% más de la grasa declarada. Tres muestras tuvieron de 6.6% a 8.7% menos contenido neto de lo declarado. | 8 | 29** | 412 | 541 | Tuvo hasta 10.5% | $4.00 |

* Contiene grasa vegetal (palma).

** Contiene grasa vegetal parcialmente hidrogenada.

**Foto** José Rodríguez

## Al estilo casero

Recuerde que usted también puede preparar palomitas de maíz en casa. Por cada 90 g de maíz, puede adicionar 10 gramos (aproximadamente 3 cucharadas cafeteras) de aceite vegetal, preferentemente de girasol, maíz o soya, que son los que contienen menos grasas saturadas.

Con estas raciones, en 100 g de palomitas consumirá menos grasa, por lo tanto menos calorías de las que en promedio aportan las que se venden comercialmente, y podrá controlar la adición de sal.

Además, preparándolas en casa ahorrará 50% en comparación con la marca más barata.

## Sabor "mantequilla"

El diacetil es un líquido amarillento que generalmente se mezcla con otros ingredientes para producir un aromatizante con sabor a mantequilla. La Secretaría de Salud lo tiene incluido en el "Acuerdo por el que se determinan las sustancias permitidas como aditivos y coadyuvantes en alimentos, bebidas y suplementos alimenticios", publicado en el Diario Oficial de la Federación el 17 de julio de 2006. La FDA (Food and Drugs Administration) lo tiene permitido en la lista de saborizantes sintéticos, generalmente reconocidos como seguros. Sin embargo, el Instituto Nacional para la Salud y Seguridad Ocupacional (NIOSH) del Centro para el Control y la Prevención de Enfermedades (CDC), en Estados Unidos, realizó una investigación con los fabricantes de palomitas y de aromatizantes, de la cual se desprendió la alerta del NIOSH del 2004 para prevenir la enfermedad broncolitis obliterante (enfermedad pulmonar), así como los efectos en la salud de los trabajadores que usan o hacen saborizantes.

A quienes trabajan en esta industria se les considera bajo riesgo de salud ocupacional, aunque el riesgo depende de cuánto diacetil entra en el cuerpo, de la cantidad que haya en el aire y del tiempo de exposición.

Los principales síntomas de la broncolitis obliterante son tos seca, falta de aire cuando se hace un esfuerzo y sibilancias (silbidos al respirar) sin tener un resfriado. Los síntomas no desaparecen por las noches; pueden comenzar gradualmente y empeorar con el tiempo o pueden aparecer de manera repentina en forma de síntomas graves.

### Palomitas para microondas sabor mantequilla

| Marca / Denominación / País de origen / Presentación | Información al consumidor | Proteína g/100 g | Grasa g/100 g | Sodio mg/100 g | Aporte calórico (kcal por 100 g ) | % sin estallar | Costo por 100 g |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Poffets Sabritas / Maíz palomero para microondas mantequilla / México / 90 g | Completa | 9 | 21* | 530 | 493 | Tuvo hasta 4.7% | $5.50 |
| Golden Hills / Palomitas de maíz para horno de microondas sabor mantequilla / EU / 99 g | Completa | 9 | 28** | 813 | 528 | Tuvo hasta 4.5% | $4.00 |
| Veloz Movie Pop / Palomitas de maíz para microondas sabor mantequilla / México / 99 g | Completa | 8 | 28** | 515 | 529 | Tuvo hasta 5.2% | $4.25 |
| Jolly Time / Palomitas de maíz para horno de microondas sabor mantequilla / EU / 99 g | Tuvo hasta 2.4% más de la grasa declarada. | 9 | 31** | 820 | 548 | Tuvo hasta 3.1% | $4.00 |
| ACT II / Palomitas para microondas sabor mantequilla / México / 99 g | Tuvo hasta 5.8% más de la grasa declarada. Incluye la leyenda "**Sin ACT II no hay tele**", leyenda sin significado que induce a error o confusión. | 9 | 29** | 649 | 538 | Tuvo hasta 3.2% | $6.10 |
| D'Calidad Chedraui / Palomitas de maíz para microondas sabor mantequilla / EU / 99 g | Tuvo hasta 41.5% más de la grasa declarada. Incluye leyenda "**Sin colesterol**" que no tiene significado ya que por su naturaleza no contiene. | 8 | 26** | 668 | 520 | Tuvo hasta 2.8% | $3.45 |
| Morelos Insurgente / Palomitas de maíz para horno de microondas sabor mantequilla / México / 99 g | Tuvo hasta 43.9% más de la grasa declarada. | 7 | 30** | 630 | 546 | Tuvo hasta 7.1% | $4.35 |
| Best Choice / Palomitas de maíz para horno de microondas sabor mantequilla / México / 99 g | Dice tener grasa vegetal pero contiene grasa vegetal parcialmente hidrogenada. Tuvo hasta 32.2% más de la grasa declarada. Una muestra tuvo 5.8% menos del contenido neto declarado. | 9 | 28** | 434 | 534 | Tuvo hasta 5.8% | $4.00 |

* Contiene grasa vegetal (palma).
** Contiene grasa vegetal parcialmente hidrogenada.

## Palomitas para microondas sabor mantequilla con menos grasa

| Marca / Denominación / País de origen / Presentación | Información al consumidor | Proteína g/100 g | Grasa g/100 g | Sodio mg/100 g | Aporte calórico (kcal por 100 g) | % sin estallar | Costo por 100 g |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Family Time / Palomitas para microondas ligero en mantequilla / EU / 318 g | Completa | 9 | 18** | 562 | 481 | Tuvo hasta 5.3% | $3.70 |
| Poffets Sabritas / Maíz para preparar en microondas palomitas reducidas en grasa sabor mantequilla *light* / México / 90 g | Tuvo hasta 11.6% más de la grasa declarada. | 9 | 20* | 658 | 494 | Tuvo hasta 8.5% | $5.90 |
| ACT II / Palomitas para microondas sabor mantequilla *light* reducida en grasa / México / 85 g | Incluye la leyenda "**Sin ACT II no hay tele**", leyenda sin significado que induce a error o confusión. | 10 | 14** | 685 | 463 | Tuvo hasta 4.9% | $7.30 |
| D'Calidad Chedraui / Palomitas de maíz para microondas sabor mantequilla *light* / EU / 85 g | Tuvo hasta 21.5% más de la grasa declarada. Incluye leyenda "**Sin colesterol**" que no tiene significado pues por su naturaleza no contiene. | 10 | 16** | 483 | 470 | Tuvo hasta 5% | $3.90 |
| ACT II / Palomitas para microondas sabor mantequilla *light* reducida en grasa / EU / 85 g | Tuvo hasta 29.8% más de la grasa declarada. Una muestra tuvo 7.6% menos contenido neto de lo declarado. | 10 | 16** | 896 | 475 | Tuvo hasta 4.1% | $7.40 |
| Golden Hills / Palomitas de maíz para horno de microondas sabor mantequilla reducida en grasa *light* / EU / 85g | Tuvo hasta 44% más de la grasa declarada. | 10 | 17** | 469 | 477 | Tuvo hasta 4.1% | $4.65 |
| Planet Pop / Palomitas de maíz para microondas cotufas para microondas sabor a mantequilla reducidas en grasa / Colombia / 100 g | Tuvo hasta 64.7% más de la grasa declarada. | 10 | 18** | 637 | 481 | Tuvo hasta 8.3% | $5.70 |
| ACT II Smart Pop / Palomitas para microondas reducida en grasa sabor mantequilla / EU / 8 bolsas de 31 g c/u | Dice contener 94% menos grasa que los sabores normales pero no lo cumple. | 11 | 9* | 465 | 432 | Tuvo hasta 2.1% | $13.70 |
| Morelos Insurgente / Palomitas de maíz para horno de microondas sabor mantequilla *light* reducida en grasa / México / 85 g | Tuvo hasta 118.5% más de la grasa declarada. | 9 | 26** | 558 | 521 | Tuvo hasta 5.3% | $5.10 |
| Great Value / Palomitas de maíz para horno de microondas sabor mantequilla reducida en grasa / México / 85 g | Tuvo hasta 282.7% más de la grasa declarada. | 10 | 23** | 498 | 510 | Tuvo hasta 2.8% | $3.90 |
| ACT II Smart Pop / Palomitas para microondas reducida en grasa sabor mantequilla / EU / 3 bolsas de 80.8 g c/u | Dice que contiene 0% de grasa pero tiene 8.2%. | 11 | 8* | 405 | 428 | Tuvo hasta 5.4% | $7.00 |

* Contiene grasa vegetal (palma).
** Contiene grasa vegetal parcialmente hidrogenada.

## Palomitas para microondas sabor natural con menos grasa

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Planet Pop / Palomitas de maíz para microondas cotufas para microondas sabor a natural / Colombia / 100 g | Tuvo hasta 62.1% más de la grasa declarada. | 10 | 18** | 479 | 481 | Tuvo hasta 8.9% | $5.70 |

* Contiene grasa vegetal (palma).
** Contiene grasa vegetal parcialmente hidrogenada.

"En el horno de microondas los productos se colocan con un lado específico hacia abajo (marcado en la bolsa), el cual contiene una película muy delgada de materiales que facilitan la cocción."

## Conclusiones

- De los productos analizados, la mayoría adiciona grasas vegetales parcialmente hidrogenadas. Sólo las marcas **POFFETS** (sabor natural, sabor mantequilla y sabor mantequilla reducida en grasa) y **ACTII Smart Pop** (sabor mantequilla) emplean grasa de palma, la cual, aunque es vegetal, tiene un alto contenido en grasas saturadas (en promedio 50%), que son las relacionadas con enfermedades cardiovasculares.
- **Ninguna de las marcas analizadas utiliza mantequilla, sólo usan un ingrediente (generalmente diacetilo), aditivo que le confiere el sabor a mantequilla.**
- Destaca el hecho de que los productos que se ostentan como "sabor a mantequilla" o "sabor doble mantequilla" no son necesariamente los que contienen más grasa. Hay productos sabor natural que incluso contienen más grasa (vea las tablas de resultados).
- En los análisis aplicados se encontró gran variación en los aportes nutrimentales. Dependiendo de la marca y sabor, 100 g de palomitas aportan entre 7 y 11 gramos de proteína, de 8 a 38 gramos de grasa, así como de 148 a 1,014 miligramos de sodio. Los valores reportados corresponden a las cantidades que se ingirieren una vez preparado el producto.
- La marca **Best Choice** (sabores natural, mantequilla y extra mantequilla) no aclara que la grasa vegetal que contiene es parcialmente hidrogenada, con lo cual el consumidor podría pensar que al no ser grasa animal, es más saludable, cuando no siempre es así.

## Normatividad

**NOM-002-SCFI-1993. Contenido neto.** Tolerancias y métodos de verificación.
**NOM-051-SCFI-1994.** Especificaciones generales de etiquetado para alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasados.
**NOM-086-SSA1-1994.** Alimentos y bebidas no alcohólicas con modificaciones en su composición. Especificaciones nutrimentales.

## Grasas trans

En la industrialización se usan grasas vegetales parcialmente hidrogenadas. La hidrogenación permite solidificar y convertir en untables aceites vegetales como el de soya o girasol, que a temperatura ambiente son líquidos. Este proceso fíisicoquímico de introducir moléculas de hidrógeno en el aceite vegetal, transforma las grasas insaturadas del aceite en grasas saturadas y crea nuevos ácidos grasos, los denominados trans que, según algunos estudios científicos, se comportan en nuestro organismo de modo similar a las grasas saturadas.
Todo esto no tendría mayor trascendencia si no fuera por los resultados de diversas investigaciones que han sido llevadas a cabo sobre el efecto de estas grasas trans. El principal de ellos, o al menos el más conocido, es su influencia sobre el colesterol. Las grasas trans hacen descender el colesterol "bueno" (HDL) y elevan el "malo" (LDL), aumentando el riesgo de enfermedades cardiovasculares.
Para mayor información, consulte "Grasas trans. ¿Qué son y cómo nos dañan?", en la *Revista del consumidor* 367 (septiembre de 2007).

- En cuanto a la veracidad de la información ostentada en las etiquetas, se encontró que varios de los productos analizados no cumplieron con los contenidos netos. Esta falla la presentaron las marcas **Great Value**, **Planet Pop** y **VELOZ MOVIE POP**, todas de sabor natural; **Best Choice** sabor mantequilla; **ACT II**, **Best Choice** y **Planet Pop** sabor doble mantequilla o extra mantequilla; y la *light* reducida en grasa sabor matequilla **ACT II**.
- También se encontraron grandes diferencias en los contenidos declarados de grasa. Exceden lo declarado las marcas sabor mantequilla reducidas en grasa **Great value** (contiene 3.9 veces más), **Morelos** (2 veces más), **ACT II Smart Pop** en presentación de 80.8 g (declara tener 0% de grasa y contiene 8.2%) y **ACT II Smart Pop** en presentación de 31 g (dice contener 94% menos grasa y no lo cumple).
- También se encontraron las denominadas reducidas en grasa, *light* o ligeras, que aunque disminuyen su contenido de grasa, el aporte calórico no disminuye significativamente. En promedio, en sus diferentes sabores, las palomitas están en un rango de 432 a 587 kilocalorías, y las que reducen los contenidos de grasa van de 428 a 521 kilocalorías.
- En cuanto al sodio, las marcas de sabores extra mantequilla **Jolly Time** y la de sabor natural **Family Time** son las que reportaron valores más altos, situación que debe considerarse ya que es casi la mitad (1,000 mg) de la recomendación diaria que señala la OMS (2,400 mg). Si el abuso en el consumo de sal se realiza de forma habitual, o si el organismo se ve incapaz de eliminar el exceso, las consecuencias podrían ser graves para la salud, en especial para personas con problemas cardiovasculares o hipertensos.
- Con respecto al porcentaje de reventamiento, existen marcas que tuvieron granos que no estallan hasta en un 11% (vea las tablas de resultados).

> “Sobre el porcentaje de reventamiento, existen marcas que tuvieron granos que no estallan hasta en un 11%.”

**Foto** José Rodríguez

## El maíz palomero

El maíz, uno de los cereales más cultivados y consumidos en todo el mundo, pertenece a la familia de las gramíneas y a la especie *mays sp.*, dentro de la cual hay numerosas subespecies y variedades que se clasifican según su uso.
De las diversas variedades de maíz que existen, el palomero es la subespecie que revienta con el calor y tiene una alta proporción de almidón. Sus granos son duros, redondos o puntiagudos (como el arroz), y se consideran aptos para celiacos (intolerantes al gluten), ya que no contiene las proteínas que pueden ser tóxicas para este tipo de personas, presentes en el trigo, centeno, cebada y avena.

**Foto** archivo

**Foto** José Rodríguez

> “A medida que el grano se calienta, el agua dentro de él empieza a convertirse en vapor, generando presión interna, la cual llega a un punto en que la corteza del grano no puede contenerla y ocurre la pequeña explosión.”

## ¿Por qué los granos revientan?

Como todos los granos de cereales, cada grano de maíz palomero contiene una cierta cantidad de humedad. A medida que el grano se calienta, el agua dentro de él empieza a convertirse en vapor, generando presión interna, la cual llega a un punto en que la corteza del grano no puede contenerla y ocurre la pequeña explosión. La fuerza de la misma voltea al grano de dentro hacia fuera, es decir, el contenido del núcleo es expuesto.

Pero existen granos que no revientan después de haber sido expuestos a altas temperaturas, lo que puede deberse a que no tenía la suficiente humedad para generar el vapor necesario y explotar, o bien, porque puede tener una corteza agujereada, que también impide que se genere la presión suficiente para reventar.

En el horno de microondas los productos se colocan con un lado específico hacia abajo (marcado en la bolsa), el cual contiene una película muy delgada de materiales que facilitan la cocción, por lo cual cada marca recomienda el tiempo de preparación que debe considerarse para que la mayoría de los granos revienten sin llegar a quemarse.

## Recomendaciones

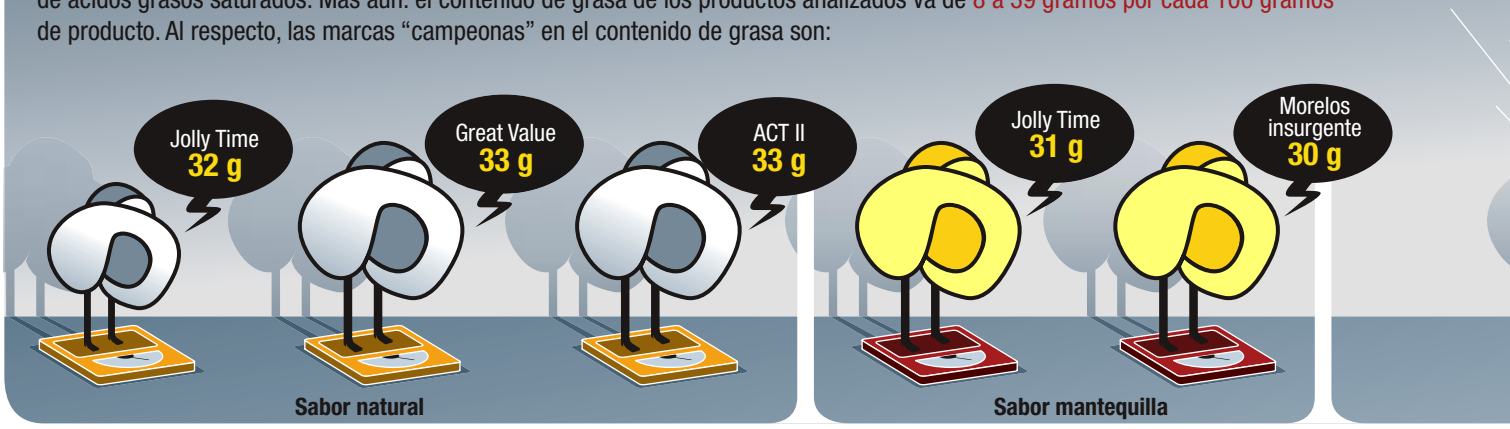
- Antes de adquirir el producto, asegúrese de que el empaque no esté abierto o maltratado, y que se encuentre dentro de la fecha de caducidad; esto es importante porque la grasa que contiene puede sufrir rancidez.
- El maíz es un grano nutritivo por naturaleza, sin embargo, antes de elegir alguna marca de palomitas, revise la etiqueta y verifique el aporte en grasa y sodio.
- Recuerde que por lo general las palomitas son muy energéticas (unas 500 kilocalorías por cada cien gramos), aporte que debe tener en cuenta si las incluye frecuentemente en su dieta.

Si requiere más información sobre este estudio, puede comunicarse al Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor, al 5544-2060 si vive en el área metropolitana de la Ciudad de México. También puede consultar otros estudios de calidad en nuestro sitio de internet www.profeco.gob.mx

# Palomitas de maíz, en resumen

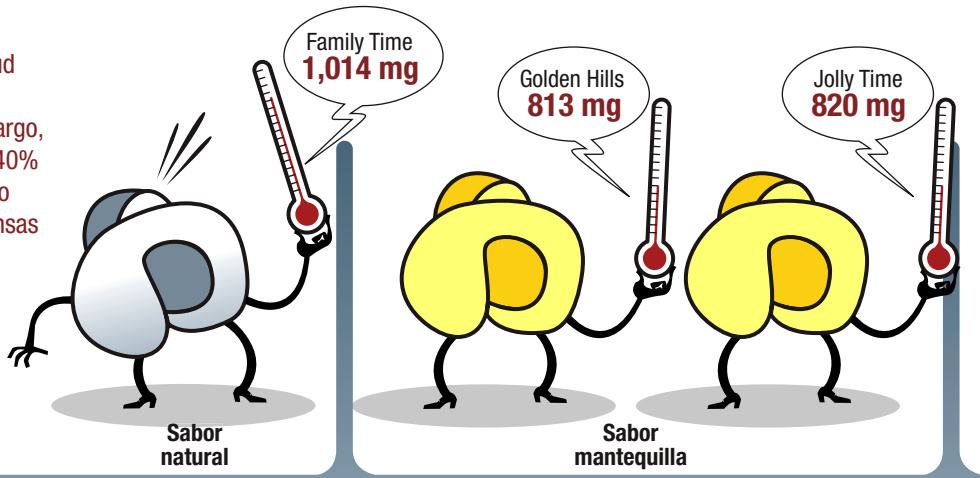
## Cuidado con el contenido de grasa

La mayoría contienen grasas parcialmente hidrogenadas o trans, que están relacionadas con el riesgo de padecer enfermedades cardiovasculares. Y las que no usan estas grasas contienen grasa de palma, que aunque es vegetal, tiene un alto porcentaje de ácidos grasos saturados. Más aún: el contenido de grasa de los productos analizados va de 8 a 39 gramos por cada 100 gramos de producto. Al respecto, las marcas "campeonas" en el contenido de grasa son:



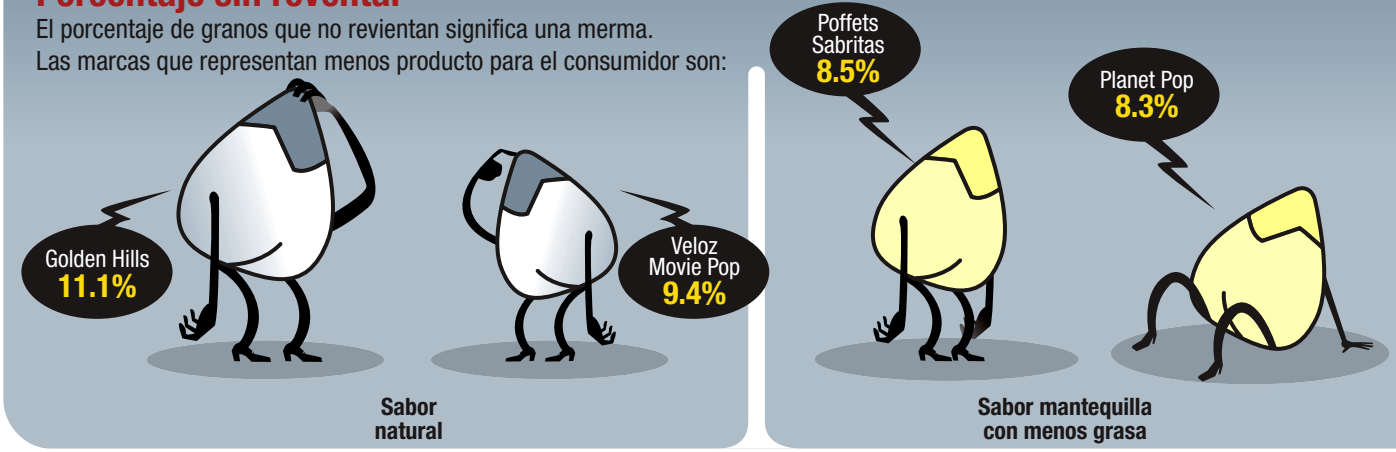

## Cuidado con el sodio

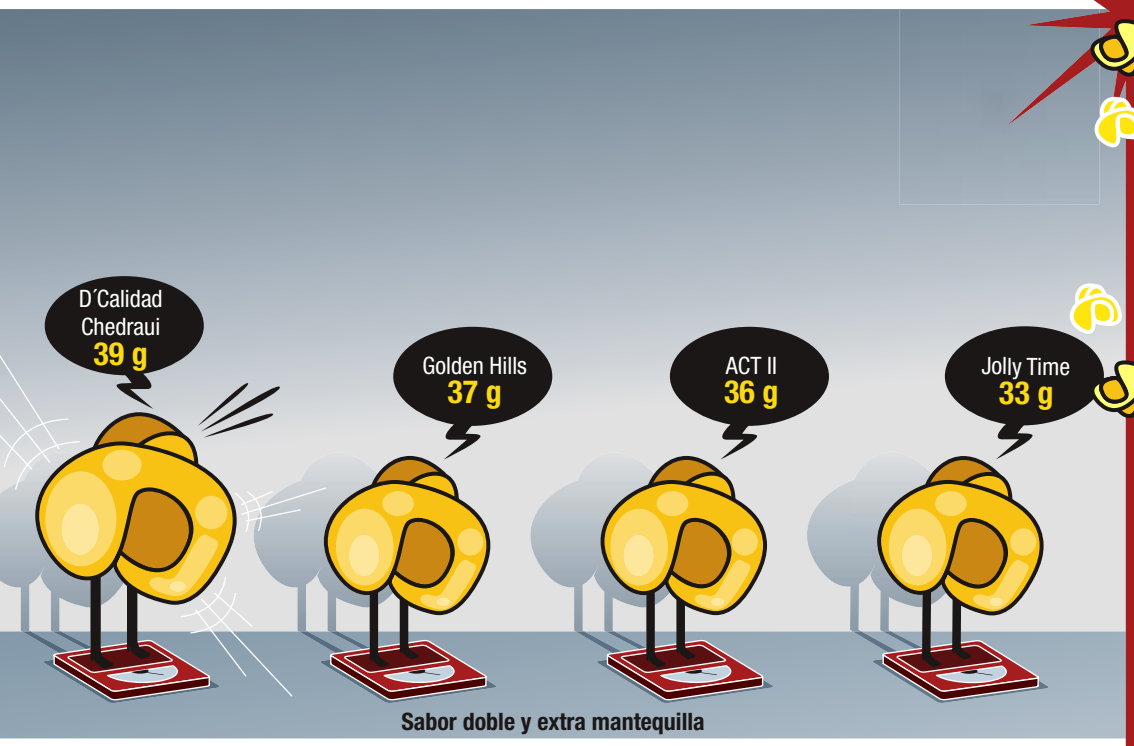
La Organización Mundial de la Salud recomienda no consumir más de 2,400 mg de sodio al día. Sin embargo, hay productos que representan el 40% de la ingesta diaria de sodio en sólo 100 gramos. Las personas hipertensas o con problemas cardiovasculares deben tener cuidado de no abusar de estos productos. Las siguientes son las marcas con mayor contenido de sodio:



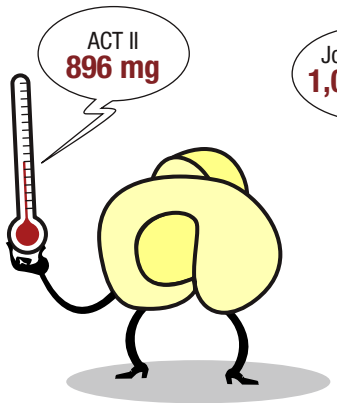

## Porcentaje sin reventar

El porcentaje de granos que no revientan significa una merma. Las marcas que representan menos producto para el consumidor son:

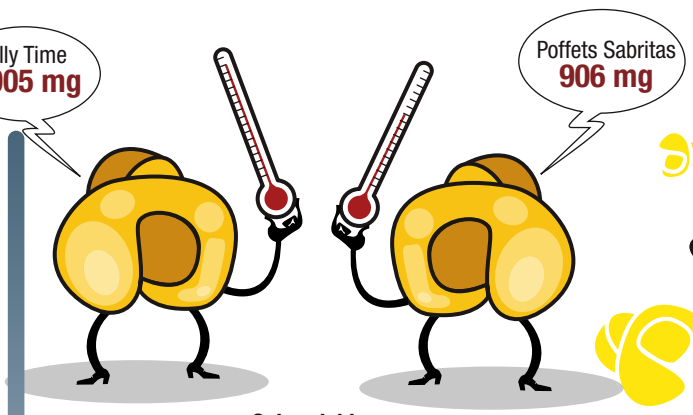




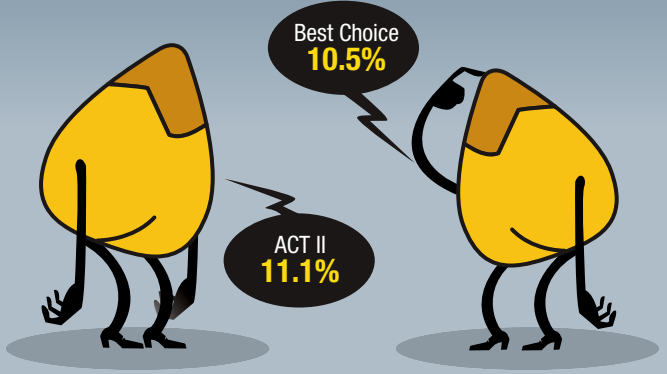

Sabor doble y extra mantequilla



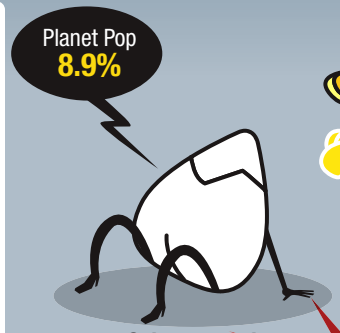

Sabor mantequilla con menos grasa




Sabor doble y extra mantequilla




Sabor doble y extra mantequilla




Sabor natural con menos grasa

El contenido de **proteína** de las marcas analizadas oscila entre **7 y 11 gramos por cada 100** gramos de producto.

El **aporte calórico** de las palomitas para microondas va de 432 a 587 kilocalorías por 100 gramos de producto, lo que **equivale a la cuarta parte** de calorías necesarias en una dieta de 2,000 calorías diarias (mujeres promedio) o 2,500 (hombres promedio).

**Ninguna** de las marcas analizadas utiliza **mantequilla,** sólo usan un ingrediente llamado **diacetilo,** que es el que da sabor a mantequilla.

Para conocer exactamente qué es lo que contiene el producto de su preferencia, consulte las tablas de nuestro estudio.

Infografía Oldemar

# Papel **higiénico**

Foto Archivo

En la actualidad es **tan grande** la **oferta** que existe en el mercado de papel sanitario, que es fácil perderse entre **tanto rollo** de hoja **sencilla**, doble y hasta **triple**, tamaño **normal** o jumbo, grabado o no, **con o sin aroma**, en paquetes con **4, 8, 12, 16** rollos e incluso más. Sin tanto rollo, le **informamos** sobre la calidad y desempeño que **por marca** y **modelo** presenta el papel **higiénico.**

**Foto** Archivo

Durante los últimos 12 años, en México la producción de papel higiénico, sanitario o tisú ha tenido una tasa de crecimiento anual cercana a 7.2%, razón de más para monitorear muy estrechamente qué es lo que están llevando a sus hogares los consumidores. Sin embargo, existe otra razón, la de limitar su uso a partir del rendimiento y la resistencia, por el daño al ambiente que significa la producción de papel (vea el recuadro "Producción antiecológica").

## Ficha técnica

**Periodo de análisis:**
29 de agosto a 8 de noviembre de 2007

**Periodo de muestreo:**
24 de agosto a 29 de octubre de 2007

**Marcas/modelos analizados:**
35/56

**Pruebas realizadas:**
2,352

## El estudio

Se examinaron 56 modelos de las 35 principales marcas de papel higiénico que se comercializan en el mercado nacional, en sus diferentes presentaciones, con o sin aroma, con dibujo o grabado y en tamaños normal y jumbo. Los resultados se agrupan en los siguientes rubros:

**Información al consumidor.** El etiquetado presente en el empaque individual o múltiple de los rollos de papel higiénico debía incluir la información en español requerida en la normatividad vigente, como denominación del producto, símbolo del fabricante, nombre o marca comercial, contenido neto, leyenda que identifique el país de origen, nombre, denominación o razón social y domicilio fiscal del fabricante o importador.

**Acabados.** Se revisó visualmente que el papel de los rollos presentara líneas de corte a todo lo ancho de cada una de las hojas, y que en el caso de los de doble y triple hoja, estas líneas no estuvieran desfasadas, lo cual provoca un corte desigual al tomar una sección para uso. Se verificó además que la calidad del papel fuera uniforme en todo su contenido, sin presentar manchas, perforaciones, pliegues, faltantes o sobrantes de material, irregularidades en zona de corte o desgarres.

**Contenido neto y dimensiones.** Se corroboró que el ancho y la longitud total de los rollos de papel higiénico cumplieran con lo especificado en su empaque.

**Gramaje o determinación de la masa base (gramos por m²).** La prueba tuvo como fin conocer el gramaje por hoja del papel higiénico, pues esta medida es una buena referencia del espesor, con lo que finalmente se pudo determinar el precio por metro cuadrado.

**Prueba de desintegración.** Se cuantificó el tiempo que tarda una hoja de papel higiénico en desintegrarse al estar inmersa en agua y quedar expuesta a agitación mecánica constante. Esta característica del papel higiénico es importante, debido a que es una buena práctica de higiene desechar el papel usado en el inodoro, en lugar de depositarlo en un cesto sin tapa, que es un foco de contaminación.

**Blancura.** La apariencia del papel siempre es importante, y aunque a simple vista todos son blancos, en realidad unos son más blancos que otros, lo que da la apariencia de mayor limpieza y pulcritud. Por este motivo, mediante espectrometría de color, se determinó la brillantez (blancura) que presentan las muestras analizadas.

**Resistencia en seco.** Ya que la resistencia mecánica del papel higiénico es importante durante su uso, ésta se cuantificó mediante una prueba de tensión. Se reporta el promedio de la fuerza necesaria para lograr su rompimiento.

**Resistencia en húmedo.** Puesto que la resistencia al rompimiento del papel higiénico disminuye al humedecerse sus fibras, se cuantificó la cantidad de agua que el papel podía absorber antes de romperse por acción de una fuerza constante sobre su superficie.

**Resistencia en la línea de corte.** Se midió la facilidad para desprender del rollo las hojas a utilizar. En todos los productos se obtuvo un resultado aceptable.

> En 1857, el empresario neoyorquino Joseph Gayetti puso a la venta el que llamó, con todo orgullo, "papel terapéutico Gayetti", que consistía en paquetes de 500 hojas especiales de papel para el baño, con humectante, a 50 centavos de dólar cada uno."

Foto Archivo

## Producción antiecológica

En el terreno internacional, algunos ambientalistas están estudiando la posibilidad de limitar el uso del papel higiénico, sobre todo teniendo en cuenta que desde 1950 el uso de papel se ha incrementado en todo el mundo, tanto, que la quinta parte de los árboles talados globalmente se transforma en papel (de todos los tipos, no sólo higiénico), convirtiendo a esta industria en la quinta a nivel mundial en consumo de energía.

Se usa tanta energía para elaborar una tonelada de producto como la necesaria para la industria del hierro y el acero, además de que el proceso de fabricación utiliza más agua por tonelada que cualquier otro producto en el mundo, lo que ocasiona altos niveles de contaminación del agua y del aire. Pero aún es mayor el problema si se piensa que una vez usado, el producto se desecha.

En atención a lo anterior, en 1999 inventores japoneses dieron a conocer el "inodoro sin papel", un aparato que lava, enjuaga y seca al usuario automáticamente, pero que no ha tenido el impacto esperado en el mundo.

## Normatividad

**Para la realización del presente estudio se tomaron como referencia las siguientes normas:**

**NOM-050-SCFI-2004.** Información comercial. Etiquetado general de productos.
**NOM-008-SCFI-2002.** Sistema general de unidades de medida.
**NMX-Q-023- 1982.** Productos para uso doméstico industrial del papel. Papel sanitario o higiénico. Especificaciones. (Norma obsoleta y fuera de uso).
**NMX-EE-67-1979.** Envase y embalaje. Papel y cartón. Acondicionamiento.
**Especificación TAPPI T 494 om-96.** Tensile properties of paper and paperboard.
**Especificación TAPPI T 452 om-98.** Brightness of pulp, paper, and paper board.
**Metodologías internas de prueba desarrolladas por el Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor.**

## Papel higiénico de hoja sencilla

| Marca / Modelo / No. de hojas / País de origen | Acabados | Ancho del rollo (cm) | Contenido neto | | Gramaje por hoja (g/m²) | Desintegración | Blancura | Resistencia en seco | Resistencia en la línea de corte | Resistencia en húmedo | Diseño de hoja | Precio por rollo | Precio por m² de papel | Evaluación global de calidad |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | Indicado (m) | Verificado (m) | | | | | | | | | | |
| **Pétalo** / Rendimax manzanilla, Clave: 05301 / 600 / México | E | 10.2 | 61.8 | 61.1 | 26.5 | E | MB | B | Muy Alta | B | Con grabado sin figura | $9.00 | $1.44 | **MB** |
| **Kleenex** / Brand, Clave: 90092 / 500 / México | 1 | 10.2 | 47.5 | 47.3 | 26.7 | E | MB | B | Alta | B | Con grabado sin figura | $4.80 | $1.00 | **B** |
| **Pétalo** / Sensations Clave: 90339 / 400 / México | E | 10.0 | 41.2 | 40.9 | 29.1 | B | MB | R | Alta | B | Con grabado sin figura | $6.50 | $1.59 | **R** |

**Acabados**

**1** Presenta desgarre en zona de corte
**2** Presenta líneas de corte desfasadas
**3** Presenta dobleces o pliegues en forma longitudinal
**4** Presenta faltantes de material en forma longitudinal
**5** Presenta cortes irregulares
**6** Presenta perforaciones
**7** Presenta marcas de maquinado
**8** Presenta manchas

**E** Excelente
**MB** Muy bien
**B** Bien
**R** Regular
**D** Deficiente

El precio por m² puede variar, ya que el cálculo está basado en el precio por rollo con que se adquirió el producto. Para recalcular el nuevo precio use la siguiente formula:

$$\frac{\text{Precio del producto encontrado entre el No. de rollos X Precio por m}^2\text{ de papel}}{\text{Precio por rollo}} = \text{Nuevo precio por m}^2\text{ de papel}$$

## Papel higiénico de hoja doble

| Marca / Modelo / No. de hojas / País de origen | Acabados | Ancho del rollo (cm) | Contenido neto | | Gramaje por hoja (g/m²) | Desintegración | Blancura | Resistencia en seco | Resistencia en la línea de corte | Resistencia en húmedo | Diseño de hoja | Precio por rollo | Precio por m² de papel | Evaluación global de calidad |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | Indicado (m) | Verificado (m) | | | | | | | | | | |
| **Pétalo** / Clásico Jumbo manzanilla, Clave: 00152 / 400 / México | E | 10.0 | 38.0 | 37.9 | 17.7 | R | MB | E | Alta | E | Con grabado de flor y a tinta | $6.20 | $1.64 | **MB** |
| **Charmin** / Normal sin aroma / 180 / México | E | 10.1 | 18.2 | 18.1 | 16.8 | El tiempo de desintegración es muy alto | MB | MB | Alta | E | Con grabado con figura | $2.91 | $1.59 | **MB** |
| **Suavel** / Es puro corazón con aroma / 253 / México | 1, 5 | 9.8 | 26.3 | 26.3 | 17.2 | B | B | E | Muy Alta | MB | Con diseño de figuras a tinta y aroma | $2.40 | $0.93 | **MB** |
| **Adorable** / 500 hojas dobles / 500 / México | 7 | 10.3 | 47.5 | 47.8 | 16.0 | MB | B | E | Alta | B | Diseño liso | $5.00 | $1.02 | **MB** |
| **Kleenex** / Cottonelle Línea dorada con vitamina E 400, Clave: 90053 / 400 / México | E | 11.6 | 41.6 | 42.1 | 18.3 | E | E | MB | Alta | B | Con grabado de figura | $7.30 | $1.50 | **MB** |
| **Charmin** / Rollo normal manzanilla con suavesedа / 190 / México | 1 | 10.1 | 19.2 | 19.5 | 17.4 | El tiempo de desintegración es muy alto | MB | MB | Media | E | Con grabado de figuras y tinta con aroma | $3.30 | $1.68 | **MB** |
| **Charmin** / Básico rollo grande / 267 / México | 1 | 9.3 | 27.0 | 27.3 | 16.4 | El tiempo de desintegración es muy alto | MB | MB | Alta | E | Con grabado de figuras y a tinta | $2.20 | $0.87 | **MB** |

## Papel higiénico de hoja doble (*continuación*)

| Marca / Modelo / No. de hojas / País de origen | Acabados | Ancho del rollo (cm) | Contenido neto | | Gramaje por hoja (g/m²) | Desintegración | Blancura | Resistencia en seco | Resistencia en la línea de corte | Resistencia en húmedo | Diseño de hoja | Precio por rollo | Precio por m² de papel | Evaluación global de calidad |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | Indicado (m) | Verificado (m) | | | | | | | | | | |
| **Gigante** / Suave y Resistente / 237 / México | E | 9.5 | 23.9 | 24.1 | 17.2 | MB | MB | MB | Muy Alta | B | Con diseño de figuras a tinta | $2.20 | $0.96 | **MB** |
| **Member`s Mark** / Premium nuevo grabado / 425 / No indica país de origen | 1 | 11.5 | 44.2 | 45.2 | 17.3 | E | E | MB | Alta | B | Con grabado de figura | $5.50 | $1.06 | **MB** |
| **Chedraui** / Decorado, Clave: 90257 / 220 / México | 2, 5 | 9.5 | 22.9 | 22.8 | 15.9 | El tiempo de desintegración es muy alto | B | MB | Muy Alta | E | Con grabado de figuras y a tinta | $2.00 | $0.92 | **MB** |
| **Facial Quality** / 500 hojas dobles / 500 / México | 2, 6, 7 | 10.3 | 47.5 | 48.0 | 16.6 | MB | MB | E | Alta | B | Diseño liso | $5.20 | $1.05 | **MB** |
| **Lady Emotions by Regio** / Aroma a rosas / 320 / México | E | 10.1 | 33.3 | 33.1 | 16.8 | MB | MB | MB | Media | B | Con diseño de figuras a tinta | $5.60 | $1.67 | **MB** |
| **Lovly** / Nuevo grabado más suavidad / 200 / México | E | 9.0 | 20.2 | 20.4 | 16.2 | MB | MB | MB | Muy Alta | B | Con grabado de figura | $2.30 | $1.25 | **MB** |
| **Charmin** / Lavanda Relax / 360 / México | E | 10.1 | 36.4 | 36.7 | 16.5 | El tiempo de desintegración es muy alto | MB | B | Media | E | Con grabado de flor y dibujo a tinta | $6.80 | $1.84 | **MB** |
| **Blue Weather** / sin modelo / 500 / México | 6 | 10.1 | 48.0 | 48.3 | 14.9 | B | E | MB | Alta | B | Con grabado sin figura | $4.00 | $0.82 | **B** |
| **Delsey** / El aguantador Jumbo manzanilla, Clave: 90122 / 400 / México | 1 | 9.1 | 41.6 | 42.1 | 16.5 | E | MB | MB | Media | B | Con grabado de figura y aroma | $3.80 | $0.99 | **B** |
| **Hortensia** / Supreme manzanilla / 220 / México | 6 | 9.5 | 20.9 | 20.8 | 15.9 | MB | MB | MB | Media | B | Con grabado de figuras y a tinta | $2.40 | $1.22 | **B** |

**Acabados**

**1** Presenta desgarre en zona de corte
**2** resenta líneas de corte desfasadas
**3** Presenta dobleces o pliegues en forma longitudinal
**4** Presenta faltantes de material en forma longitudinal
**5** Presenta cortes irregulares
**6** Presenta perforaciones
**7** Presenta marcas de mamaquinado
**8** Presenta manchas

**E** Excelente
**MB** Muy bien
**B** Bien
**R** Regular
**D** Deficiente

## Recomendaciones de compra

- Como se puede observar en las tablas, existen diferencias hasta del doble de precio en papeles con calificaciones y características similares.
- Es preferible (si su economía lo permite) comprar paquetes grandes (con un número significativo de rollos), ya que el precio por unidad disminuye y este tipo de productos puede almacenarse con un mínimo de precauciones.
- Antes de adquirir el producto, verifique que el empaque se encuentre cerrado, lo cual disminuye riesgos de contaminación de los rollos.
- Algunos papeles higiénicos ofrecen características tales como grabado y/o aroma, que pueden no ser realmente apreciables para el usuario, pero que en cambio sí encarecen este tipo de productos.
- Antes de seleccionar algún paquete, lea la información referente al número y tamaño de las hojas y la longitud total por rollo, además de tener en cuenta las características de desempeño reportadas en este estudio de calidad. Seleccione el que le ofrezca mayor cantidad por menos dinero.
- Otra forma de seleccionar es sopesar paquetes similares (con la misma cantidad de rollos); elija el que pese más y le cueste menos.

## Papel higiénico de hoja doble (*continuación*)

| Marca / Modelo / No. de hojas / País de origen | Acabados | Ancho del rollo (cm) | Contenido neto | | Gramaje por hoja (g/m²) | Desintegración | Blancura | Resistencia en seco | Resistencia en la línea de corte | Resistencia en húmedo | Diseño de hoja | Precio por rollo | Precio por m² de papel | Evaluación global de calidad |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | Indicado (m) | Verificado (m) | | | | | | | | | | |
| **Cariñitos** / Manzanilla / 500 / México | 1, 7 | 9.7 | 50.5 | 50.2 | 16.3 | MB | MB | MB | Alta | B | Diseño liso | $3.90 | $0.80 | B |
| **Great Value** / Nuevo grabado con aroma / 220 / México | 1 | 9.5 | 22.8 | 22.8 | 16.7 | MB | MB | MB | Baja | B | Con dibujo a tinta y aroma | $1.80 | $0.83 | B |
| **Lovly** / Manzanilla / 408 / México | 1 | 9.0 | 41.2 | 41.2 | 15.3 | MB | MB | MB | Media | B | Con grabado de figura y aroma | $4.40 | $1.19 | B |
| **Vielle** / Código 570900 / 500 / México | 1, 6 | 10.1 | 44.5 | 44.6 | 16.3 | MB | B | MB | Alta | B | Con grabado sin figura | $4.12 | $0.91 | B |
| **Iris** / 410144 / 170 / México | 7 | 9.1 | 15.3 | 15.2 | 15.6 | MB | B | MB | Media | B | Con grabado sin figura | $1.20 | $0.87 | B |
| **Angel Soft** / Aroma Aloe Vera / 400 / México | E | 10.3 | 40.4 | 39.4 | 17.7 | MB | E | B | Alta | B | Con grabado con figura y aroma | $6.75 | $1.66 | B |
| **Básicos** / Papel higiénico / 500 / México | 1, 2, 4 | 10.2 | 47.5 | 47.3 | 14.8 | MB | B | MB | Alta | B | Diseño liso | $4.70 | $0.97 | B |
| **Chedraui** / Tradicional Clave: 90252 / 176 / México | E | 9.2 | 18.3 | 18.2 | 15.5 | MB | B | B | Alta | B | Con grabado sin figura | $1.50 | $0.90 | B |
| **Great Value** / Premium / 240 / México | E | 10.1 | 25.0 | 25.3 | 17.3 | E | MB | R | Alta | B | Con grabado de flores | $3.30 | $1.29 | B |
| **Delsey** / El aguantador Clave: 90136 / 198 / México | 1, 3, 5 | 8.9 | 20.6 | 20.5 | 15.5 | MB | B | MB | Alta | B | Con grabado de flor | $2.00 | $1.10 | B |
| **Kleenex** /Cottonelle Línea dorada extracto de algodón y Aloe, Clave: 90059/ 231 / México | E | 10.1 | 24.0 | 24.0 | 16.6 | E | MB | R | Media | B | Con grabado de figura | $4.00 | $1.65 | B |
| **Kleenex** / Cottonelle Spa / 231 / México | E | 10.0 | 23.6 | 24.0 | 16.4 | E | MB | R | Media | B | Con grabado de figura | $4.00 | $1.66 | B |
| **Vogue** / Clave: 90558 / 500 / México | 1, 6 | 9.4 | 47.5 | 46.8 | 15.3 | MB | MB | B | Muy Alta | B | Diseño liso | $5.00 | $1.14 | B |
| **Charmin** / Suave aroma normal / 190 / México | 1 | 10.1 | 19.2 | 19.6 | 16.8 | El tiempo de desintegración es muy alto | MB | R | Baja | E | Con grabado con figura y aroma | $2.30 | $1.16 | B |
| **Flamingo** / Clave: 90201/ 165 / México | 1, 2, 6, 7 | 9.0 | 17.2 | 16.9 | 17.6 | MB | Color | MB | Media | B | Con grabado sin figura | $1.20 | $0.79 | B |
| **Flen** / 612449 / 176 / México | 8 | 8.9 | 18.3 | 18.4 | 15.3 | E | B | B | Baja | B | Con grabado sin figura | $1.10 | $0.67 | B |
| **Golden Hills Selection**/ Premium con aroma / 231 / México | E | 10.3 | 23.3 | 23.2 | 17.3 | MB | E | R | Media | B | Con grabado de flor | $3.20 | $1.34 | B |

**Acabados**

**1** Presenta desgarre en zona de corte
**2** Presenta líneas de corte desfasadas
**3** Presenta dobleces o pliegues en forma longitudinal
**4** Presenta faltantes de material en forma longitudinal
**5** Presenta cortes irregulares
**6** Presenta perforaciones
**7** Presenta marcas de maquinado
**8** Presenta manchas

## Papel higiénico de hoja doble (*continuación*)

| Marca / Modelo / No. de hojas / País de origen | Acabados | Ancho del rollo (cm) | Contenido neto | | Gramaje por hoja (g/m²) | Desintegración | Blancura | Resistencia en seco | Resistencia en la línea de corte | Resistencia en húmedo | Diseño de hoja | Precio por rollo | Precio por m² de papel | Evaluación global de calidad |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | Indicado (m) | Verificado (m) | | | | | | | | | | |
| **Great Value** / Premium Jumbo con aroma manzanilla / 400 / México | 1, 2 | 9.5 | 41.6 | 42.6 | 17.2 | MB | MB | B | Alta | B | Con grabado de flores y aroma | $4.60 | $1.14 | B |
| **Silver** / Potosi / 160 / México | 1, 7 | 9.1 | 14.4 | 14.4 | 17.6 | MB | R | MB | Baja | B | Con grabado sin figura | $0.90 | $0.69 | B |
| **Angel Soft** / Grabado dual soft / 200 / México | E | 10.4 | 20.2 | 20.2 | 16.3 | MB | MB | R | Media | B | Con grabado de figura | $3.10 | $1.48 | R |
| **Lys** / Clave: 90364 / 176 / México | 2 | 9.0 | 18.3 | 17.9 | 15.7 | MB | B | B | Media | B | Con grabado sin figura | $1.30 | $0.81 | R |
| **Golden Hills** /Jumbo aroma fresh / 400 / México | 3, 5, 6 | 9.4 | 40.4 | 40.1 | 15.8 | MB | MB | B | Alta | B | Con diseño de flor a tinta y aroma | $4.20 | $1.11 | R |
| **Kirkland** / Signature / 425 / México | 2 | 11.3 | 43.1 | 42.0 | 16.8 | MB | E | R | Alta | B | Con grabado de flor | $6.00 | $1.26 | R |
| **White Cloud** / El suave abrazo de white cloud / 352 / EU | 1, 2, 3 | 10.1 | 35.0 | 37.4 | 16.1 | E | E | R | Alta | B | Con grabado de flores | $5.70 | $1.51 | R |
| **Chedraui** / Ecológico Clave: 90254 / 176 / México | E | 9.0 | 20.9 | 18.1 | 15.8 | MB | B | B | Alta | B | Con grabado sin figura | $1.40 | $0.86 | R |
| **Golden Hills Selection** / Premium / 400 / México | E | 11.6 | 40.4 | 40.3 | 17.3 | E | E | P | Media | B | Con grabado de flor | $6.00 | $1.28 | R |
| **Cisne** / Clave: 90230 / 176 / México | 2, 5, 6 | 8.7 | 18.3 | 17.9 | 15.3 | MB | MB | B | Media | B | Con grabado sin figura | $1.10 | $0.71 | R |
| **Marquis** / Premium / 400 / México | 2 | 11.4 | 40.4 | 40.0 | 16.3 | MB | MB | R | Baja | B | Con grabado de flor | $6.75 | $1.48 | R |
| **Máxima** / Premium / 187 / México | 1, 6, 7, 8 | 10.1 | 15.3 | 15.9 | 14.5 | MB | B | B | Baja | B | Con grabado sin figura | $1.40 | $0.87 | R |
| **Noble** / Mejorado / 176 / México | 6 | 8.7 | 18.3 | 18.2 | 14.9 | MB | B | R | Alta | B | Con grabado sin figura | $2.30 | $1.45 | R |
| **Jazmín** / 410090 / 160 / México | 1, 2, 3, 6, 7 | 9.0 | 14.4 | 14.3 | 14.4 | E | B | B | Baja | B | Con grabado sin figura | $1.10 | $0.86 | R |
| **Angelite** / 650 / 650 / China | 3, 6 | 10.9 | 68.3 | 60.0 | 17.1 | B | B | MB | Alta | B | Diseño liso | $4.10 | $0.63 | R |

**Acabados**

**1** Presenta desgarre en zona de corte
**2** Presenta líneas de corte desfasadas
**3** Presenta dobleces o pliegues en forma longitudinal
**4** Presenta faltantes de material en forma longitudinal
**5** Presenta cortes irregulares
**6** Presenta perforaciones
**7** Presenta marcas de maquinado
**8** Presenta manchas

**E** Excelente
**MB** Muy bien
**B** Bien
**R** Regular
**D** Deficiente

El precio por m² puede variar, ya que el cálculo está basado en el precio por rollo con que se adquirió el producto. Para recalcular el nuevo precio use la siguiente formula:

$$\frac{\text{Precio del producto encontrado entre el No. de rollos X Precio por m}^2\text{ de papel}}{\text{Precio por rollo}} = \text{Nuevo precio por m}^2\text{ de papel}$$

## Papel higiénico de hoja triple

| Marca / Modelo / No. de hojas / País de origen | Acabados | Ancho del rollo (cm) | Contenido neto | | Gramaje por hoja (g/m²) | Desintegración | Blancura | Resistencia en seco | Resistencia en la línea de corte | Resistencia en húmedo | Diseño de hoja | Precio por rollo | Precio por m² de papel | Evaluación global de calidad |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | Indicado (m) | Verificado (m) | | | | | | | | | | |
| **Regio** / R3 Evolution con triple hoja / 300 / México | E | 9.8 | 30.3 | 30.2 | 15.0 | B | MB | E | Alta | MB | Con grabado de figura | $7.00 | $2.37 | **MB** |
| **Pétalo** / Ultra, Clave: 00133 / 270 / México | E | 10.0 | 28.1 | 25.3 | 16.5 | B | R | E | Alta | E | Con grabado de figura | $6.50 | $2.57 | **MB** |
| **Regio** / R3 Evolution con triple hoja manzanilla / 300 / México | E | 9.7 | 30.3 | 30.2 | 14.2 | B | MB | MB | Media | MB | Con grabado de figura | $7.00 | $2.39 | **MB** |
| **White Cloud** / Ultra Confort / 200 / Canadá | 7 | 9.9 | 20.2 | 21.4 | 16.5 | E | E | MB | Media | B | Con grabado de figura | $5.50 | $2.60 | **MB** |

**Acabados**

**1** Presenta desgarre en zona de corte
**2** Presenta líneas de corte desfasadas
**3** Presenta dobleces o pliegues en forma longitudinal
**4** Presenta faltantes de material en forma longitudinal
**5** Presenta cortes irregulares
**6** Presenta perforaciones
**7** Presenta marcas de maquinado
**8** Presenta manchas

**E** Excelente
**MB** Muy bien
**B** Bien
**R** Regular
**D** Deficiente

El precio por m² puede variar, ya que el cálculo está basado en el precio por rollo con que se adquirió el producto. Para recalcular el nuevo precio use la siguiente formula:

$$\frac{\text{Precio del producto encontrado entre el No. de rollos X Precio por m}^2\text{ de papel}}{\text{Precio por rollo}} = \text{Nuevo precio por m}^2\text{ de papel}$$

**Foto** Archivo

## Conclusiones

- Más del 50% de los 56 modelos de papel higiénico que fueron analizados presentan defectos de acabado, tales como desgarre en zona de corte, líneas de corte desfasadas, dobleces o pliegues, faltantes de material, cortes irregulares, perforaciones o marcas de maquinado.
- La norma de referencia **NMX-Q-023-1982**, sugiere que la hoja de papel higiénico sea de 10.5 cm de ancho con una tolerancia de ± 0.5 cm. Sin embargo, se detectó que alrededor del 50% de las marcas de papel higiénico están muy por debajo de esa tolerancia, llegando incluso a 8.7 cm, lo que realmente es apreciable al momento de poner el papel en el dispensador y durante el uso. Otras marcas están por arriba de los 11 cm (esto es parte de su argumento de venta), dato que es necesario tener en cuenta,

> “Es una buena práctica de higiene desechar el papel usado en el inodoro, en lugar de depositarlo en un cesto sin tapa, que es un foco de contaminación,”

## Historia sin rollo

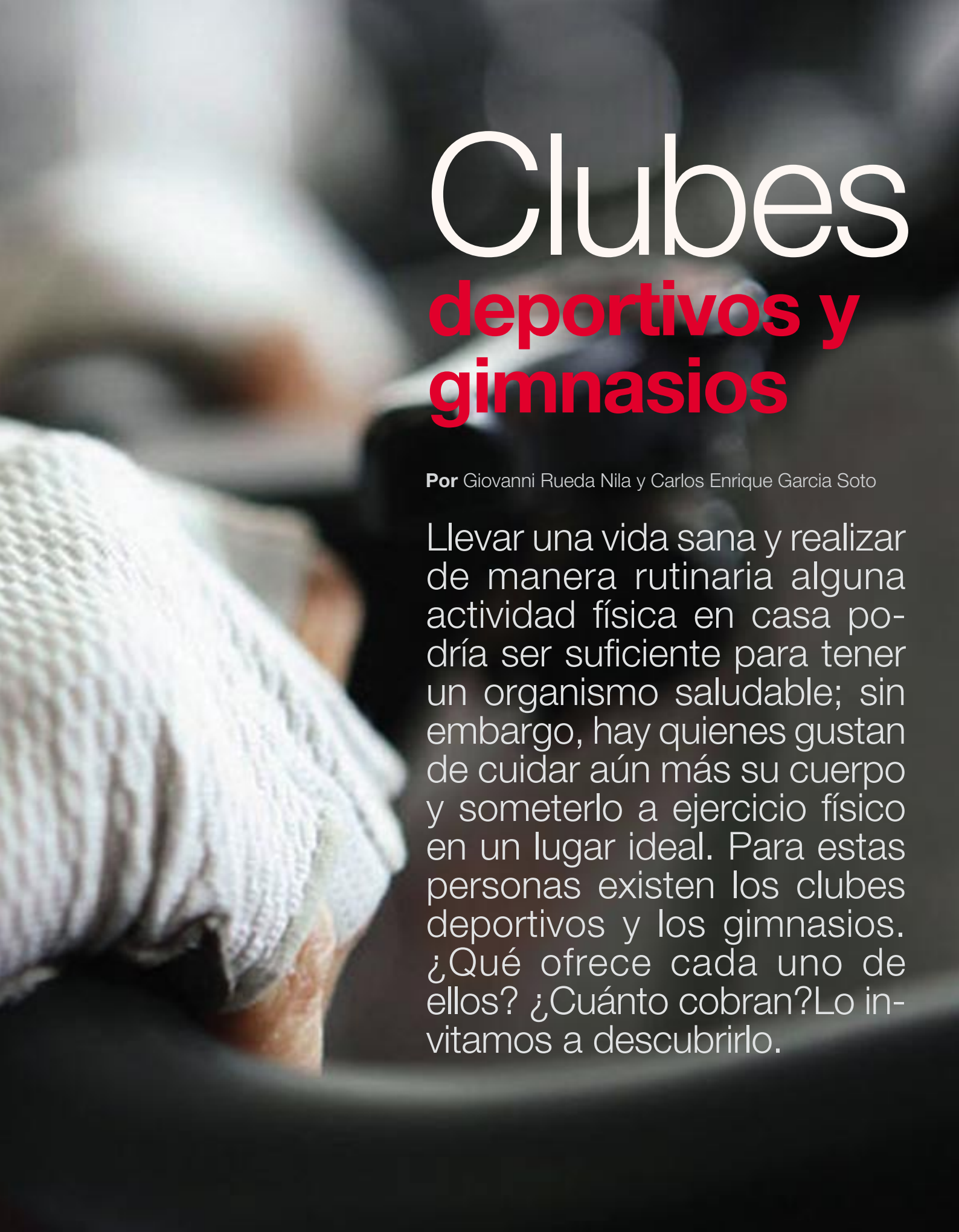
- En la antigua Roma se utilizaba una esponja amarrada a un palo que permanecía sumergida en un balde de agua salada después de que los usuarios compartían su uso para asearse en los baños públicos.
- En 1391 un emperador chino ordenó la fabricación de hojas especiales para el baño, de 50 x 90 centímetros de longitud.
- Hasta finales del siglo XVIII, los colonos norteamericanos utilizaban las mazorcas de maíz; en zonas costeras se utilizaban conchas marinas, y en islas como Hawai se usaban cortezas de coco; los ricos y poderosos utilizaban el algodón y el encaje.
- En 1857, el empresario neoyorquino Joseph Gayetti puso a la venta el que llamó, con todo orgullo, "papel terapéutico Gayetti", que consistía en paquetes de 500 hojas especiales de papel para el baño, con humectante, a 50 centavos de dólar cada uno.
- En 1890 la compañía Scott enrolló el papel para su comercialización, pero como esta venta era vergonzosa para la empresa, la compañía decidió no poner su nombre en el empaque, dando lugar a que algunos intermediarios, como el hotel Waldorf de Nueva York, apareciera como uno de los grandes nombres asociados al negocio del papel higiénico.
- En 1932 la depresión obligó a replantear la estrategia de ventas de papel, y la marca Charmin introdujo el paquete económico de cuatro rollos.
- Durante mucho tiempo el mayor reto para la tecnología del papel higiénico fue lograr una fibra más suave y resistente al tacto.
- En 1942 la firma inglesa St Andrew introdujo el papel de doble hoja.

así como el ancho de los rollos considerados Jumbo, que ofrecen una cantidad extra de metros de papel, lo que puede dificultar que el rollo gire con facilidad en algunos dispensadores.

- La misma norma indica que el papel higiénico de hoja sencilla debe tener como mínimo un peso o gramaje (masa referida a un metro cuadrado de papel) de 18 g/m$^2$, pero en los productos analizados el gramaje está por arriba de 26 g/m$^2$; para hoja doble el valor mínimo debe ser 14 g/m$^2$, pero se detectaron valores por arriba de este límite y hasta alcanzar 18.3 g/m$^2$, como se ve en las tablas. Para los modelos de hoja triple no existe especificación, pero el valor encontrado fue de 14.2 a 16.5 g/m$^2$, mucho mayor de lo que podría esperarse para este tipo de productos.
- En las tablas correspondientes, la columna que consigna el precio por metro cuadrado sólo contempla el área utilizable de papel, sin embargo el espesor del mismo puede variar de marca a marca, de una hoja sencilla a una hoja doble y a una hoja triple, por lo que también es importante tener en cuenta el gramaje por hoja, que debe multiplicarse por dos para hoja doble y por tres para hoja triple.
- En lo referente a la velocidad de desintegración del papel higiénico en agua, la mayoría tiene tiempos de desintegración de 14 a 58 segundos (prueba no descrita en la norma), sin embargo, algunos productos sobrepasan incluso los 3 minutos, como **Pétalo Clásico Jumbo manzanilla**, **Chedraui Decorado** y los cinco modelos analizados de **Charmín**, que no se desintegran durante el tiempo normal de prueba (1 hora).
- Con respecto a la blancura, los papeles que presentaron la mayor blancura fueron **Golden Hills Selection Premium**, **Kleenex Cottonelle Línea dorada**, **Kirkland Signature**, **Member´s Mark Premium**, así como **White Cloud Ultra Confort** y **suave abrazo White Cloud**.
- El único papel higiénico que no indica país de origen es el **Premium nuevo grabado** de **Member's Mark**.
- En pruebas de laboratorio no es posible evaluar objetivamente la suavidad de estos productos, por lo que esta característica debe evaluarla directamente el consumidor. Para ello le sugerimos que pruebe primero con una presentación pequeña del papel higiénico seleccionado.

Si requiere más información sobre este estudio, puede comunicarse al Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor, al 5544-2122 si vive en el área metropolitana de la Ciudad de México. También puede consultar otros estudios de calidad en nuestro sitio de internet www.profeco.gob.mx

**Foto** archivo



# Clubes deportivos y gimnasios

**Por** Giovanni Rueda Nila y Carlos Enrique Garcia Soto

Llevar una vida sana y realizar de manera rutinaria alguna actividad física en casa podría ser suficiente para tener un organismo saludable; sin embargo, hay quienes gustan de cuidar aún más su cuerpo y someterlo a ejercicio físico en un lugar ideal. Para estas personas existen los clubes deportivos y los gimnasios. ¿Qué ofrece cada uno de ellos? ¿Cuánto cobran?Lo invitamos a descubrirlo.

Iniciamos con un par de datos que, aunque no son nuevos, no dejan de ser reveladores (y preocupantes):

**1.** En México, el 55% de la población adulta presenta sobrepeso y el 22% padece obesidad.

**2.** En las últimas décadas las enfermedades cardiovasculares y las vinculadas con una vida totalmente sedentaria se han incrementado de modo alarmante.

Y resulta que, precisamente, una de las medidas más importantes para prevenir y combatir todo lo anterior son las actividades físicas.

Pero, ¿cuándo tomamos conciencia de ello? Existe una época en la que casi todos consideramos el asunto con absoluta seriedad: el principio de año (ya sabe, hacer ejercicio es uno de los propósitos que nunca faltan). Durante enero y febrero, las pilas de los nuevos "atletas" están tan cargadas que más de la mitad de los clubes deportivos y gimnasios reportan incrementos en su número de asistentes... pero el ánimo decae con el tiempo y, ya para el último trimestre del año, la asistencia en el 85% de estos establecimientos disminuye.

Sin embargo, mantenerse sano y en forma no necesariamente demanda la disciplina y compromiso de un profesional, pero sí requiere constancia y esmero. Para facilitar la tarea, los clubes deportivos y gimnasios (sobre todo los primeros) cuentan con instalaciones adicionales para desarrollar actividades culturales, sociales y de recreación que, además, fomentan la integración familiar y social.

En estos establecimientos usted puede encontrar (además de pesas, caminadoras y bicicletas) actividades tan diversas como artes marciales, spinning, fútbol, tenis, frontón, natación, baloncesto, gimnasia, yoga y baile.

A continuación se describen las actividades más comunes que se realizan en diversos clubes deportivos y gimnasios, sus tarifas y algunas recomendaciones antes de contratar estos servicios. Así podrá elegir lo más apropiado según su gusto y necesidades.

## Lo primero a considerar

Para conocer las principales actividades, servicios y precios que ofrecen los clubes deportivos y gimnasios, del 27 de noviembre al 4 de diciembre de 2007, la Dirección General de Estudios sobre Consumo de Profeco realizó un sondeo en 34 clubes deportivos y 68 gimnasios de Jalisco, Nuevo León, Puebla y área metropolitana del Distrito Federal, distribuidos como se observa en la siguiente gráfica:

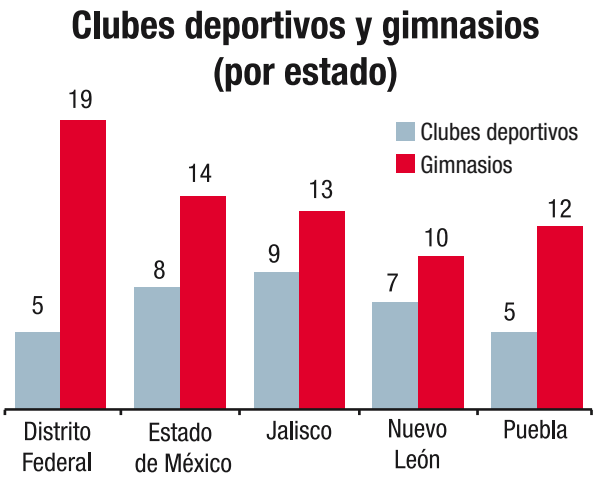


Foto Archivo

Luego de visitar todos estos lugares, podemos afirmar que existen dos aspectos fundamentales que debe considerar antes de contratar los servicios de estos centros de ejercicio:

**Instalaciones.** Resulta indispensable tomar en cuenta circunstancias tan básicas como los vestidores y el estacionamiento. Además, asegúrese de que el lugar cuente con las instalaciones necesarias para realizar las actividades que le ofrecen. Considere que los gimnasios se enfocan más en actividades físicas, mientras que los clubes deportivos ofrecen además actividades culturales y sociales.

**Precio.** La cantidad a pagar por la inscripción y las cuotas están en función de la infraestructura y ubicación del lugar, así como del número de actividades ofrecidas y de los servicios adicionales.

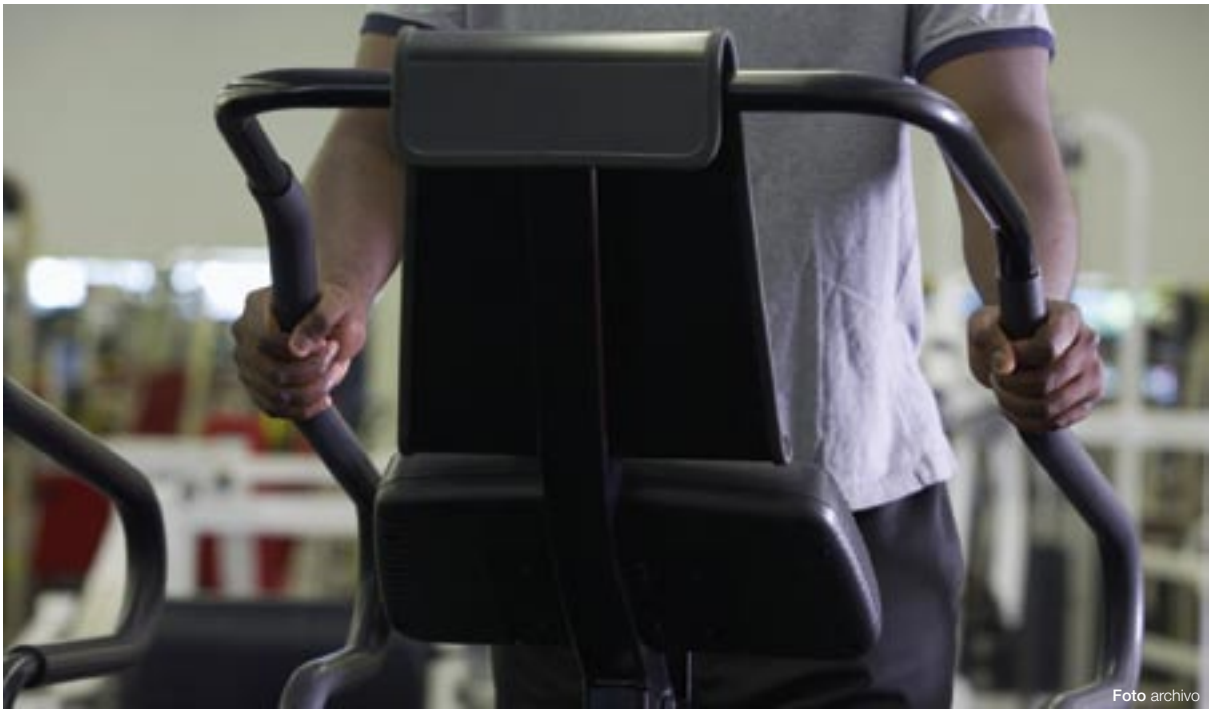
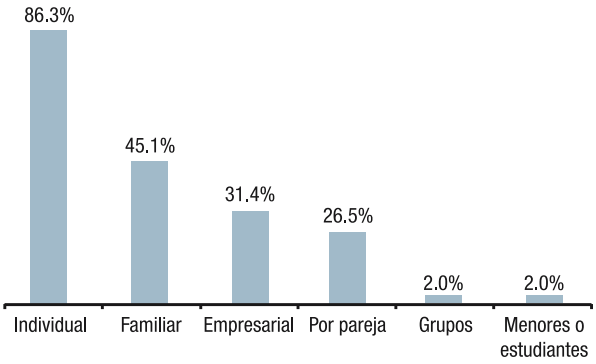


Foto archivo

De acuerdo con el sondeo, la mayoría de los establecimientos cobra cuotas de inscripción individual, menos de la mitad tiene cuotas familiares y en menor medida manejan tarifas empresariales o por pareja, como se observa en la siguiente gráfica:

**Maneja cuotas de inscripción . . .**




## Clubes deportivos

En la mayoría de estos establecimientos, el pago de la membresía incluye entrada, aparatos de peso integrado, asesoría profesional y acceso a instalaciones de uso común como canchas y alberca.

El precio de la inscripción anual puede ir desde $250 hasta $45,000, dependiendo de cada club y tipo de paquete que se desee contratar, como se observa en el siguiente cuadro:

### Precios en clubes deportivos

| Paquete | Inscripción anual ($) | |
|---|---|---|
| | Mínimo | Máximo |
| Individual | 250 | 13,000 |
| Pareja | 920 | 4,500 |
| Familiar | 400 | 45,000 |

> “Durante enero y febrero, las pilas de los nuevos “atletas” están tan cargadas que más de la mitad de los clubes deportivos y gimnasios reportan incrementos en su número de asistentes...”

## Servicios y precios de clubes por ciudad

| Estado | Distrito Federal | Puebla | Jalisco | Estado de México |
|---|---|---|---|---|
| **Establecimiento** | **Asociación Cristiana de Jóvenes de la Ciudad de México (YMCA)** | **Club Campestre de Puebla** | **Club Privado Bugambilias, A. C.** | **Aqua Gym Fitness Club** |
| **Actividades deportivas** | | | | |
| **Pesas y natación** | Sí | Sí | Sí | Sí |
| **Aerobics** | Sí | Sí | Sí | No |
| **Spinning** | Sí | No | Sí | Sí |
| **Yoga** | Sí | No | Sí | Sí |
| **Artes marciales** | Sí | No | Sí | No |
| **Atletismo** | Sí | No | Sí | No |
| **Voleibol** | Sí | No | Sí | No |
| **Básquetbol** | Sí | No | Sí | No |
| **Pilates** | Sí | No | Sí | No |
| **Squash** | Sí | No | Sí | No |
| **Otras** | Fútbol de salón, iniciación deportiva, gimnasia, buceo scuba, raquetbol y tenis de mesa | Tenis y golf | Tenis, frontenis y fútbol | Fitness (danza árabe, yoga y zumba, entre otros) |
| **Actividades culturales y sociales** | | | | |
| **Baile** | Sí | No | Sí | Sí (como parte del fitness) |
| **Cursos de verano** | Sí | No | Sí | Sí |
| **Conferencia** | Sí | No | Sí | Sí |
| **Otras** | Visitas culturales, danza, concursos, festivales, pintura, manualidades, musicales, exposiciones | | | Teatro en cursos de verano, exhibiciones y competencias |
| **Instalaciones** | | | | |
| **Comedor o restaurante y vestidores** | Sí | Sí | Sí | Sí |
| **Estacionamiento y salón de belleza** | Sí | Sí | Sí | No |
| **Cafetería** | Sí | Sí | No | Sí |
| **Servicio médico** | Sí | No | Sí | Sí |
| **Sauna / vapor** | Sí | Sí | Sí | No |
| **Cancha de usos múltiples** | Sí | No | Sí | No |
| **Salones** | 7 | 1 | 6 | 4 |
| **Tienda deportiva** | Sí | Sí | No | Sí |
| **Otras instalaciones** | Pista de atletismo, área de desarrollo infantil, biblioteca, ludoteca, tienda deportiva, cancha de básquetbol, squash y sala de manualidades | Alberca y regaderas | Pista de atletismo, 8 canchas, 16 canchas de tenis, estadio, salón de eventos, área de desarrollo infantil, área de juegos infantiles y áreas verdes | Alberca y regaderas |
| **Precios** | | | | |
| **Cuota individual** | Mensual | Trimestral | Bimestral | Mensual |
| **Monto de la cuota** | $1,340 | $12,000 | $4,500 | $460 |
| **Inscripción/ membresía** | $2,065 | No cobran | $45,000 | $300 |
| **Mantenimiento / mensual** | No cobran | No cobran | $5,500 [1] | No cobran |
| **Anualidad** | No cobran | $48,000 | No cobran | No cobran |

[1] Cuota para rentista (modalidad de renta).

## Gimnasios

La inscripción anual va desde $30 hasta $7,200, según el paquete elegido; y la mensualidad entre $40 y $800, como se describe a continuación:

Foto archivo

### Precios en gimnasios

| Paquete | Inscripción anual ($) | | Mensualidad ($) | |
|---|---|---|---|---|
| | Mínimo | Máximo | Mínimo | Máximo |
| Individual | 30 | 3,900 | 40 | 600 |
| Pareja | 200 | 1,800 | 40 | 500 |
| Familiar | 400 | 7,200 | 40 | 800 |

### Servicios y precios de gimnasios por ciudad

| Estado | Distrito Federal | Nuevo León | Puebla | Estado de México | Jalisco |
|---|---|---|---|---|---|
| **Establecimiento** | **Aesthesis Gym)** | **Naettepol Gym** | **Dranda Gym** | **Aquatik Center Sport Lomas, S.A. De C.V.** | **Curves (gimnasio)** |
| **Actividades deportivas** | | | | | |
| **Aerobics** | Sí | Sí | Sí | Sí | No |
| **Pesas, pilates, spinning** | Sí | Sí | Sí | Sí | No |
| **Otras actividades deportivas** | Yoga | | Artes marciales | Frontenis, artes marciales | |
| **Otras actividades culturales y deportivas** | Concursos | | | Concursos, bailes, cursos de verano, conferencia, festivales, manualidades, exposiciones, paseos/campamentos, visitas culturales | Cursos de verano y conferencia |
| **Instalaciones** | | | | | |
| **Vestidores** | Sí | Sí | Sí | Sí | No |
| **Estacionamiento** | No | Sí | Sí | Sí | Sí |
| **Servicio médico** | No | No | No | Sí | No |
| **Salones** | 2 | 2 | 4 | 3 | 1 |
| **Otras instalaciones** | Regaderas | Sauna y vapor | Biblioteca | Comedor, cafetería, salón de eventos, gimnasio, alberca, tienda deportiva y área de desarrollo infantil | Salón de eventos, teatro, áreas verdes |
| **Precios** | | | | | |
| **Cuota individual** | Mensual | Mensual | Mensual | Mensual | El socio elige dependiendo del número de actividades a realizar |
| **Monto de la cuota** | $535 | $585 | $350 | $700 | De $399, $499 y $599 |
| **Inscripción / membresía** | $300 | $300 | $300 | $400 [1] | $499.50 |

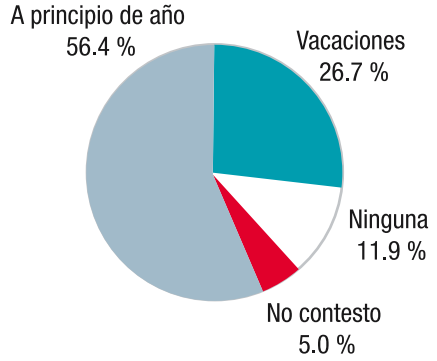
[1] Anualmente se paga esta cantidad.

**Fuente** DGEC de Profeco, con datos del sondeo a clubes deportivos y gimnasios, noviembre-diciembre de 2007. Más detalle de la información en Brújula de compra en www.profeco.gob.mx. Para precios actualizados, promociones y/o descuentos, cunsulte directamente con el proveedor.

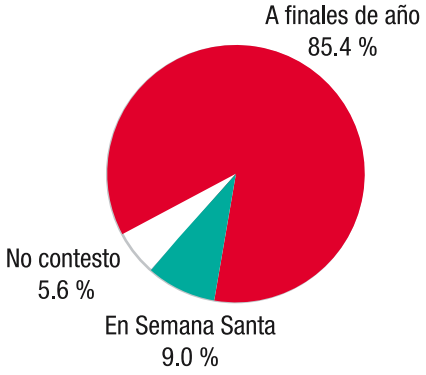
## ¿Y el propósito?

Como lo demuestra nuestro sondeo, las primeras semanas del año las personas se preocupan más por hacer ejercicio, pero en los últimos meses las deserciones abundan.

**¿Hay alguna fecha en especial en la que se incrementa el flujo de gente?**




**¿A partir de qué fecha comienzan a disminuir el flujo de personas?**




## La mejor elección

Elegir un club deportivo o gimnasio no es asunto de juego, pues de ello depende que su propósito de hacer ejercicio regularmente no se quede solamente en una buena intención y un mal gasto. Éstos son los principales aspectos a considerar antes de seleccionar un club deportivo o gimnasio:

1. **Localización.** Elija un club deportivo o gimnasio que se encuentre cerca de su casa o lugar de trabajo. De esta manera podrá asistir regularmente sin preocuparse por el horario y evitará trasladarse grandes distancias.
2. **Flexibilidad de horario.** Seleccione un establecimiento que ofrezca horarios flexibles y variedad de clases de distintas disciplinas.
3. **Equipamiento.** Investigue que cuente con el equipo apropiado para desarrollar las actividades que le interese practicar. Asimismo, compruebe que tenga los suficientes aparatos para evitar hacer fila.
4. **Mantenimiento y limpieza de las instalaciones.** Tanto las instalaciones como los equipos deben recibir mantenimiento constante. Una manera de percibir si cubren con este requisito es observar si existen equipos abandonados sin utilizar por la falta de mantenimiento.
5. **Instructores calificados.** Antes de elegir un gimnasio o club, procure investigar que los instructores estén certificados por alguna asociación o federación deportiva. Por lo general ellos muestran un certificado o diploma que avala sus conocimientos.
6. **Servicio médico.** Pregunte si cuenta con asistencia médica o si el personal está capacitado para proporcionar primeros auxilios en caso de alguna emergencia.
7. **Ambiente.** Tenga en cuenta el ambiente que se vive en el club o gimnasio, debido a que si se siente intimidado o desmotivado en él, lo más probable es que lo abandone.
8. **Seguridad.** Recorra el establecimiento y cerciórese de que cuente con medidas necesarias para su protección, como salidas de emergencia, extintores y zonas de seguridad.

## Listos para el ejercicio

Antes de iniciar un programa de ejercicios, es importante que usted se realice una evaluación médica para

## ¿Quejas?

En caso recibir un mal servicio puede presentar una queja en la delegación Profeco más cercana a su domicilio. Llame desde el Distrito Federal al **5568-8722**, o al **01-800-468-8722** desde cualquier parte de la República. Asimismo, puede consultar información sobre el comportamiento comercial (numero de quejas y motivos de reclamación) en el Buró comercial de Profeco en el sitio **http://burocomercial.profeco.gob.mx/BC/** o a través del correo electrónico: **comportamientocomercial@profeco.gob.mx**

> “Antes de iniciar un programa de ejercicios, es importante que usted se realice una evaluación médica para que conozca su estado de salud en general y si está en condiciones para desempeñar la actividad deseada.”

**Foto** archivo

que conozca su estado de salud en general y si está en condiciones para desempeñar la actividad deseada. Es recomendable acudir con un médico especialista en medicina del deporte, con el fin de que se haga una valoración completa sobre el estado de salud. También, es necesario indicarle al instructor cualquier padecimiento que tenga, para que lo considere en la rutina que vaya a ejecutar.

Según los resultados del sondeo, 55% de los clubes deportivos y 49% de los gimnasios solicitan al cliente un examen médico.

A fin de realizar ejercicio en forma placentera y segura, lleve consigo la indumentaria y el equipo apropiados para la actividad que va a practicar. Para ello es recomendable tener una maleta con lo siguiente:

1. **Vestimenta.** La ropa para realizar ejercicio debe ser cómoda (shorts, pants, camisetas o sudaderas) y permitir el libre movimiento del cuerpo en cualquier actividad.
2. **Calzado.** Con el propósito de evitar lesiones, se aconseja utilizar zapatos deportivos cómodos, flexibles y con arco. Además, es importante que no estén desgastados de la suela, ya que pierden adherencia y amortiguación.
3. **Guantes.** Para realizar levantamiento de pesas es necesario utilizar guantes: éstos evitarán la formación de callos y agrietamiento en las manos.
4. **Toalla.** Es indispensable para limpiarse el sudor y no dejar los aparatos mojados.
5. **Bebida.** Al realizar ejercicio es importante mantener hidratado el cuerpo para equilibrar la perdida de líquidos, por lo que debe acompañar su rutina con ingesta de líquidos.

## Ejercicio por internet

Para conocer el detalle de servicios y precios de los establecimientos monitoreados, consulte el boletín electrónico Brújula de compra, número 65, en **www.profeco.gob.mx**

## Recomendaciones finales

- Antes de contratar el servicio con algún club deportivo o gimnasio, lea bien el contrato, pida que le especifiquen por escrito sus derechos y obligaciones dentro de las instalaciones (91% de los clubes deportivos y 71% de los gimnasios entregan a sus socios un reglamento), las cantidades a pagar, el término del contrato y las políticas de cancelación.
- Realice actividad física de preferencia diario o al menos tres días por semana. En personas adultas se recomienda caminar entre 20 y 30 minutos todos los días.
- Antes de inscribirse al establecimiento, solicite que le muestren las instalaciones.
- Considere el precio del equipo que requerirá para desarrollar actividades como natación, tenis, artes marciales, etcétera.

**Fuentes** Entrevista con el psicólogo y preparador físico, Salvador Díaz de la Serna Barajas de la Asociación Mexicana de Educación Deportiva • Sondeo a clubes deportivos y gimnasios, noviembre-diciembre de 2007 • Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) • Secretaría de Salud • www.vitoria-gasteiz.org/cceid.

Esta sección está destinada a plantear, discutir, cotejar, enfrentar y presentar ideas relacionadas con el consumo que cotidianamente vivimos. Los textos que ofrecemos en estas páginas tienen como intención pensar el consumo de nuevas formas, desde diversos puntos de vista y desde distintas posiciones: desde las más conservadoras hasta las que pueden parecer radicales.

Buscamos llevar estos temas hacia un terreno del que se desprendan acciones concretas y, sobre todo, del que vaya desarrollándose una nueva cultura: la del consumo inteligente. Creemos firmemente en el enorme valor y en el peso que puede tener, sobre la vida cotidiana y sobre la economía, el hecho de que los ciudadanos seamos conscientes de nuestro poder como consumidores.

En vista de la amplia gama de posibilidades que ofrece un espacio como éste, nos parece pertinente subrayar que los puntos de vista aquí vertidos no reflejan, necesariamente, la postura o la ideología de Profeco como institución, ni se asocian, de entrada, a iniciativas individuales de quienes laboran en ella. Dada la naturaleza de nuestra misión, estamos obligados a aceptar y a dar voz a las diversas opiniones y puntos de vista sobre el consumo, para dar cabida al enriquecimiento en el diálogo y la exploración mutua. Eso nos hace sentir orgullosos y confiere mayor valía a nuestros esfuerzos.

Esperamos que nuestros lectores encuentren aquí un eco a sus reflexiones, para fortalecer su poder como consumidores inteligentes.

# Historia de un ¿pecado?

**Por** Julio Patán

La historia económica del mundo demuestra que en una sociedad libre y abierta, un consumidor no necesita de la mano providencial del Estado para resolver cada uno de sus problemas. Es un consumidor libre, y por lo tanto un consumidor con deberes y derechos. No obstante, las entidades administrativas pertinentes están obligadas a protegerlo y orientarlo ante determinadas circunstancias relacionadas con el mercado al que le compra bienes y servicios.

Los compradores actuales nos definimos por la competencia entre dos fuerzas opuestas que luchan por controlarnos. Una fuerza es el consumo. Nunca se ha comprado tanto ni, por ello, producido tanto: conforme a las reglas de la economía de toda la vida, la demanda desmedida genera una producción excesiva. A diferencia de lo que ocurría en siglos anteriores, en el XX y lo que llevamos de XXI, el acto de adquirir un bien o un servicio es cotidiano para una parte nada desdeñable de la humanidad. La acción de gastar, de hacer un pago y a cambio obtener un producto o un servicio es literalmente cosa de todos los días, un gesto convertido en un acto reflejo asumido con plena naturalidad: estamos, por decirlo así, programados para el consumo. Más que nunca, sabemos que el acto de la compra-venta, el comercio; es decir, el libre cambio de manos de la propiedad privada mediante acuerdos, es una condición de posibilidad de la vida colectiva, el lubricante que permite el movimiento de toda maquinaria social.

La otra fuerza es el opuesto del consumo: una condena, implícita o no, de los actos de comprar y vender. Contradictoriamente, tenemos incorporado desde hace siglos una suerte de tic cultural que nos hace dudar, a priori, de cualquier transacción comercial como inherentemente nociva. No se trata de una duda práctica sino de un axioma moral: una verdad que se asume como evidente.

Esta competencia entre fuerzas no es ni nueva ni, desde luego, exclusiva de nuestro país. El comercio está bajo sospecha, quizá, desde los tiempos bíblicos. En la medida en que el fin del mercado es siempre la acumulación de riqueza, la conocida sentencia de San Pablo contra el dinero, aparentemente definido como la"raíz de todo mal", o la no menos famosa expulsión de los mercaderes del templo de Jerusalén por un Cristo furioso, serían dos ejemplos claros de la que muchos intérpretes autorizados de las Escrituras consideran una actitud clara y contundente. Otros no menos autorizados matizan esta afirmación: las traducciones siempre se prestan a equívocos y, consecuentemente, a interpretaciones que marchan en caminos diferentes y hasta opuestos. Richard Pipes, por ejemplo, asegura en su *Historia del comunismo*[1] que el fragmento de Pablo no habla en realidad sobre el dinero sino sobre el amor excesivo al dinero –o sea la codicia– y añade que la Iglesia no condenó la acumulación de riqueza en la medida en que ésta fuera utilizada con buenos fines.

Este debate ha acompañado a la historia del pensamiento occidental al menos desde sus orígenes cristianos. La Iglesia, de hecho, creció con él. San Agustín creía que una sociedad sin propiedad privada era concebible sólo como una Edad de Oro, una suerte de utopía pasada. En la vida real, la que le toca vivir incluso a los hombres santos en algún momento, era sencillamente inviable. Occidente, sin embargo, ha vuelto al mito de la Edad de Oro una y otra vez al menos desde la Edad Media. Un cisterciense del siglo XII, el calabrés Joaquín de Fiore, llegó a la

El comercio está bajo sospecha, quizá, desde los tiempos bíblicos. En la medida en que el fin del mercado es siempre la acumulación de riqueza.

conclusión de que la humanidad atravesaría tres grandes periodos históricos antes del Juicio Final, el tercero de los cuales, la Edad del Espíritu o "reino de los santos", transcurriría en el contexto de una sociedad monacalmente austera en la que todos los bienes serían de propiedad colectiva. En el Renacimiento, amantes de la ingeniería social como Tomás Moro o Tomasso Campanella imaginaron sociedades "perfectas"dominadas por un orden humano inmejorable, característico por la paz, la concordia y la igualdad, en el que no cabía la propiedad privada ni –como en el mundo de De Fiore– el afán de lucro.

La fabulación de utopías tuvo su época clásica entre los siglos XVI y XVII, pero su huella en la literatura y la filosofía posteriores sería de amplio alcance. El utopismo encontraría continuidad en los socialistas del siglo XIX. Con diferencias a veces muy profundas, Saint-Simon, Robert Owen o Pierre-Joseph Proudhon maquinaron formas ideales de asociación humana en las que si algún denominador común se encuentra dentro de su variedad es justamente la ausencia de la propiedad individual, la raíz misma del comercio, lo que equivale a decir: de la avaricia, la codicia, la pasión por la riqueza. Las contradicciones del mundo de hoy se manifestaban ya con gran claridad. Mientras el capitalismo se fortalecía, los mercados se abrían, Europa crecía, o quizá justamente por todo lo anterior la desconfianza hacia la propiedad y el mercado se extendía por el mundo. Así, el utopismo tomaría forma hasta alcanzar su clímax en la figura de su principal negador, Karl Marx.

Marx se desmarcó del llamado "socialismo utópico" al etiquetar su filosofía con el calificativo de "científica", pero no abandonó el utopismo: lejos estuvo de ello. El fin de la sociedad concebido por el filósofo alemán es, de nuevo, una

1 Richard Pipes, *Historia del comunismo*. Barcelona, Mondadori, 2002. pp. 16-17.

convivencia perfecta, armoniosa, igualitaria, en la que los bienes de producción serán propiedad de la colectividad, nunca la posesión en exclusiva de algún individuo.

A esta etapa final de la historia –el comunismo– antecede una suerte de periodo de transición desde el capitalismo –el socialismo– en el que el Estado como representación del pueblo concentra los bienes de producción y rige con pesada mano igualitaria las transacciones comerciales de toda índole. El pecado mortal de la avaricia quedaba proscrito por enésima vez en la historia: quedaba proscrito, aun, en el papel.

En este punto es obligado hacer una pausa. Con Marx adquiere su formulación moderna la que ha sido, desde el siglo XIX, una pregunta central de la economía y la filosofía política: ¿debe el Estado intervenir en ese proceso esencial de casi cualquier sociedad actual que es el acto de la compra y la venta? La discusión es muy vieja y se han planteado muchas buenas razones para decir que sí y al menos otras tantas para afirmar lo contrario. Convendría empezar por comprometer una respuesta. Una respuesta afirmativa, pero llena de condicionantes. Y es que algún grado de intervención estatal en el consumo o de entrada, en la economía en general, es y ha sido siempre necesario, por no decir que inevitable. Es un hecho que sólo se atrevería a refutar el más recalcitrante de los liberales modernos. Sin embargo, hace falta introducir un sinfín de matices a esta aseveración. La intervención del Estado en las transacciones comerciales es indispensable, pero siempre que ésta no se circunscriba a fronteras bastante rígidas el resultado puede ser catastrófico.

## Sueños peligrosos

Con variaciones locales nada desdeñables, la noción marxista acerca del Estado y las relaciones económicas prosperarían a lo largo del siglo XX, particularmente de su primera mitad, luego de la lectura y adaptación que hizo Lenin de ella. El marxismo-leninismo, como se conoció con el tiempo el mestizaje ideológico pergeñado por el primer cabecilla de la Unión Soviética y redondeado por sus seguidores, particularmente Stalin, aboga por un Estado en el que se concentra toda la planeación de la actividad económica, lo que equivale, en el plano teórico, a una disolución de la propiedad privada.

En la realidad la propiedad termina por concentrarse en manos de una casta dirigente o de un líder supremo que la usufructúa, arrebata y, en general, dilapida a su muy libre voluntad. Esto ocurrió con Mao Zedong en China (1949 - 1976), Pol Pot en Camboya (1975 - 1979) o Kim-il Sung en Corea del Norte (1948 - 1994), por ejemplo. Todos los procónsules del poder soviético en Europa Oriental se rigieron conforme a estas premisas, con algunas variaciones en el extenso y desolador experimento conocido como "socialismo real", hoy casi extinto.

Este experimento multinacional se alza sobre la certeza de que el comercio –la acumulación de riqueza– es intrínsecamente malo, casi pecaminoso, de ahí que algunos autores –destacadamente el

El Medievo fue prolífico en religiosos milenaristas inspirados en la certeza bíblica de que el día del Juicio Final se acercaba y de que antes de esa fecha se instauraría en la Tierra un reino de los pobres en el que no habría hambre ni injusticias y los ricos pagarían por sus pecados infinitos.

La idea de un Estado que regule parcial o totalmente la economía en alguna de sus facetas o todas ellas no es exclusiva del marxismo.

historiador Norman Cohn[2]–señalen su carácter milenarista, su sabor a Medievo profundo. El leninismo en todas sus derivaciones, desde la estalinista hasta la maoísta sin pasar por alto la trotskista, es a fin de cuentas una guerra de exterminio contra la encarnación de la usura –el burgués– que deberá ser literalmente borrado del mapa, tras una revolución de proporciones apocalípticas que llevará a las masas proletarias a la "utopía marxista".

Mucho hay, en efecto, de apocaliptismo medieval en ello. El Medievo fue prolífico en religiosos milenaristas inspirados en la certeza bíblica de que el día del Juicio Final se acercaba y de que antes de esa fecha se instauraría en la Tierra un reino de los pobres en el que no habría hambre ni injusticias y los ricos pagarían por sus pecados infinitos. El socialismo posterior a Marx creyó también en el fin de los tiempos, aunque sustentó su fe en una pseudociencia –el historicismo, como lo llamaría el filósofo anglo-austriaco Karl Popper– que aseguraba conocer el secreto de las leyes históricas, leyes inapelables, tan ciertas como las de la física o la química, que sólo necesitaban del empujón de la violencia revolucionaria para tomar camino y que, de ser desentrañadas, permitirían hacer predicciones sobre el devenir de la historia, tal como lo hizo el filósofo alemán.

## Trampas de la fe

El disparate absoluto que significó el control estatal de la economía llevó siempre aunadas cuotas terribles contra la población. En la Unión Soviética de 1923, la producción industrial equivalía a un 18% de la conseguida en 1913 y la producción de hierro se redujo en algo más del 2%, en tanto que el número de obreros industriales contratados en 1921 era menos de la mitad que el de 1918.[3] Lenin revertiría parcialmente esta revolución económica con la llamada Nueva Política Económica, que daría lugar a cierto grado de libre comercio, con resultados positivos en la economía, pero su sucesor, Stalin, retomó la línea bolchevique más intransigente, sobre todo por lo que respectaba al campo. El 29 se proclamó la colectivización generalizada de las tierras. Se acabó tanto con la propiedad individual de la tierra como con las colectividades campesinas y se organizó a los campesinos en koljoses, granjas controladas por el Estado. Quedaba prohibido comprar o vender con cualquier otro interlocutor. Este proceso de colectivización fue, por supuesto, forzado. Y para lograrlo se llegó a cuotas de violencia y crueldad incomparables. En Ucrania, en el norte del Cáucaso y Uzbekistán se sometió a los campesinos mediante el hambre. Las cifras varían, pero se calcula que pueden haber muerto entre seis y siete millones de personas en este proceso. La escasez se extendió como una plaga sobre el país.

Además, esta forma de gobierno implicó violencia extrema. Así ocurrió en la China de Mao, donde murieron, según los últimos cálculos, unos 100 millones de personas.[4] Tampoco está de más recordar el caso de Camboya, donde los jemeres rojos radicalizaron el marxismo de Mao y acabaron con dos y medio millones de habitantes sobre una población de siete millones, o de Corea del Norte, donde no hace mucho la hambruna acabó con dos millones de personas.

Hoy día, es altamente improbable que, salvo por los vejestorios que sobreviven a la caída del Muro de Berlín, la economía marxista vuelva

2 Norman Cohn, *En pos del milenio: revolucionarios milenaristas y anarquistas místicos de la edad media*. Traducción de Fernando Santos Fontenla. Madrid, Alianza Editorial, 1997.
3 Richard Pipes, p. 67.

a echar raíces. Sin embargo, la idea de un Estado que regule parcial o totalmente la economía en alguna de sus facetas o todas ellas no es exclusiva del marxismo.

## Estatismos enteros y descremados

Hay formas mucho menos drásticas de intervención estatal en el transcurrir de la economía. Hasta hace todavía pocos años y aún en cierta medida, Europa se guió por el principio de que el Estado no debía reemplazar completamente a la iniciativa privada, pero sí hacerlo en algún modo, especialmente en la producción o administración de bienes o servicios considerados básicos –la luz, el agua, el gas, el transporte público, la gasolina, los servicios de salud, la educación– y, sobre todo, tener una injerencia más que predominante en la planeación misma de la economía.

En Estados Unidos y desde luego en América Latina, este principio rector lo tenemos incorporado desde hace muchas décadas. En los últimos tiempos, con el llamado "neoliberalismo", ha empezado a descentralizarse la economía en todos sus niveles, lo que significa una ola privatizadora y descentralizadora que ha caminado a gran velocidad y con gran éxito en algunos casos (el de Chile es espectacular), a menor velocidad y no con tanto éxito en otros (México es un caso muy claro) y en un vaivén permanente, incluso de consecuencias nefastas, en otros muchos (el ejemplo más ilustrativo es el de Argentina). Poco a poco, los estados van soltando las manos del ámbito económico y cediéndoselo de algún modo u otro (no siempre el deseable, como muestra el auge de enormes monopolios en diversos países) a la sociedad. Sin embargo, es en los países que recientemente han emprendido un viaje en sentido contrario y a velocidad de crucero donde encontramos los ejemplos más claros de lo que sucede cuando el ámbito político interfiere con el económico de un modo indebido. Venezuela, Bolivia y, más recientemente, Ecuador y Nicaragua, han optado por gobiernos de orientación "populista", en los que el Estado no disuelve la economía privada pero concentra en sus manos porciones cada vez mayores de la misma, no sólo en lo que respecta a la propiedad de las empresas sino también a la planeación y regulación de la misma, en renglones tan concretos y tan próximos al asunto que nos ocupa como el control de precios. ¿A qué responde esta fiebre centralizadora? Sin duda, a criterios económicos equivocados, a teorías erradas que no son entendidas como tales. Pero también, por enésima vez en la historia, a la certeza de que en el comercio, en el proceso de acumular riqueza mediante acuerdos, hay una esencia maligna, un pecado original, y de que el Estado debe

4 Jung Chang y Jon Halliday, Mao. *La historia desconocida.* México, Taurus, 2006.

Sabemos bien que la centralización estatalista de la economía, con sus políticas desmedidas de subvención, su sobrecarga burocrática, su sometimiento a intereses políticos y, desde luego, su extendido control de precios no conduce a buen fin, ni en términos de producción pura ni en términos de beneficios para la ciudadanía.

Julio Patán se ha desempeñado como editor en varias publicaciones, entre ellas la editorial Cal y Arena y las revistas *Letras Libres,* tanto en la edición mexicana como en la española, y *dF por Travesías.* Estudió Filosofía en la UNAM. Ha colaborado en numerosas publicaciones en México y España. Es autor del libro *Conspiraciones* y coautor de *Entre las sábanas.*

intervenir e imponer un poco de justicia: lavarlo.

En estas tierras semejantes aventuras no parecen posibles. Muchos mitos sobre la intervención estatal se han derrumbado. No estamos en la Venezuela de Chávez ni en la Bolivia de Evo Morales, y sabemos bien que la centralización estatalista de la economía, con sus políticas desmedidas de subvención, su sobrecarga burocrática, su sometimiento a intereses políticos y, desde luego, su extendido control de precios no conduce a buen fin, ni en términos de producción pura ni en términos de beneficios para la ciudadanía. En México tenemos memorias frescas de los años de centralismo económico y por lo tanto, con excepciones, estamos vacunados. Pese a ello conservamos ciertas ideas que sería muy conveniente revisar.

La noción de que el Estado debe imponer un precio máximo a ciertos productos o servicios, e incluso a todos, no goza de mala prensa en México. Más bien todo lo contrario. Como vemos, por ejemplo, en las primeras páginas de los periódicos más populares o en las entrevistas televisivas a pie de banqueta, es uno de los clamores más extendidos cada vez que, comprensiblemente, la población –sobre todo la más desfavorecida– se entera de que subirá, digamos, el precio de la gasolina, y de que por lo tanto se dispararán todos los demás, desde el de la tortilla hasta el del jabón para ropa o los antibióticos. Es posible que ciertos límites a ciertos aumentos sean necesarios en situaciones concretas. El riesgo de todas formas está ahí, como una sombra. Según la economía básica, cuando el gobierno impone un precio máximo a un producto determinado, los productores que no logran obtener un margen de ganancia aceptable prefieren retirarse del mercado. Al bajar el precio la demanda sube. Así, la amenaza es nada menos que la escasez.

Antes de emprender cualquier discusión sobre el consumo y el consumidor, convendrá reflexionar sobre el viejo prejuicio occidental contra el comercio, un tic cultural, decíamos, que tenemos incorporado hasta la raíz y del que no han salido, vemos, opciones de organización humana viables o justas.

Ahora bien: aun liberados del vicio de satanizar el mercado, la difícil realidad sigue ahí. La intervención del Estado puede no ser recomendable, al menos no como una receta de aplicación cotidiana; pero el consumidor, ese que gasta día con día y más que nunca, porque ésa es su realidad, se enfrenta a mil problemas y otras tantas incertidumbres. ¿Qué alternativa le queda? Adelantemos una respuesta: aprovechar su propia libertad. En una sociedad libre y abierta, un consumidor no necesita de la mano providencial del Estado para resolver cada uno de sus problemas. Es un consumidor libre, y por lo tanto un consumidor con deberes y derechos, que debe asumirse como tal.

Lo anterior implica una relación adulta tanto con las entidades administrativas que, sin duda, deben protegerlo y orientarlo ante determinadas circunstancias, como con el mercado al que le compra bienes y servicios. Implica, pues, transformarse en un consumidor consciente. ¿Un camino difícil? En alguna medida, sí. Pero también es un camino seguro.

# En nuestro próximo número

## ¡Qué lata!

En estos tiempos en los que falta tiempo para dedicarse a cocinar, las ensaladas enlatadas representan una opción para muchos consumidores. Sin embargo, como el contenido de la lata no siempre se parece a la deliciosa ensalada que aparece en la etiqueta, los expertos de nuestro Laboratorio nos dicen cuál es la verdadera naturaleza de estos productos.

## Póngase las pilas

Son tantos los dispositivos y aparatos electrónicos que necesitan pilas, que los investigadores de nuestro Laboratorio consideraron imperioso averiguar cuál es la calidad de las pilas alcalinas que hay en el mercado. Por el bien de su bolsillo y de sus aparatos electrónicos, no se pierda los resultados de esta investigación.

## De mar o de río...

No hay duda de que el pescado es un alimento muy nutritivo. Si acostumbra la vigilia, compartimos con usted deliciosas recetas con pescado para disfrutarlo en esta temporada y durante todo el año. Son platillos muy sabrosos, económicos y fáciles de preparar.

## Buenas remesas

Entre marzo y abril el envío de remesas se incrementa. En este artículo le decimos todo lo que usted necesita saber para que esos dólares ganados con tanto esfuerzo rindan más pesos.

La *Revista del Consumidor,* publicada mensualmente por la Procuraduría Federal del Consumidor (**Profeco**), está destinada a informar y a orientar sobre temas de consumo. Información sobre suscripciones, ventas y contratación de espacios para mensajes institucionales en el teléfono 5553-0574. El contenido de los artículos firmados no necesariamente refleja la opinión de la revista ni de Profeco: se incluyen a partir de nuestros principios editoriales de búsqueda de pluralidad y diálogo entre corrientes de opinión. Está permitida la reproducción de los estudios del Laboratorio y/o los análisis de precios en cualquier otro medio que apoye la intención de informar a grupos más amplios de la población. **No se autoriza la utilización de la información publicada en la revista con fines publicitarios o comerciales.**
Los análisis de precios y los sondeos de preferencias de los consumidores se publican como una referencia válida para las fechas indicadas en cada caso y son independientes de las acciones de verificación y otras que Profeco lleve a cabo en el cumplimiento de sus funciones.
Certificado de licitud de título núm. 1127 y de contenido núm. 639, expedidos por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas el 30 de abril de 1981.
Se reservan todos los derechos respecto del título de esta publicación conforme a la Unión Internacional de Derechos de Autor.
Registrada como correspondencia de Segunda Clase por la Dirección General de Correos, con el número PP09-0336. Características 218621140. Distribución nacional. Impreso en los Talleres Gráficos de México, Canal del Norte 80, colonia Felipe Pescador, C. P. 06280, México, D. F. Distribución en el Distrito Federal por la Unión de Expendedores y Voceadores de los Periódicos de México A. C. Calle Guerrero # 50, Col. Guerrero, Tel. 5591-1400 y 5591-1401, a través del Despacho Everardo Flores Serrato, Serapio Rendón # 87, planta baja, Col. San Rafael, C.P. 06470, Tel. 5128-6670. Editora responsable: Julieta García. Tiraje: 40,000 ejemplares.

CRÓNICAS DE UN CONSUMIDOR COMPULSIVO
POR: TRINO
¡QUIQUE!
¡DON TRÁCALA!
¿NO QUE YA TE HABÍAS DESPEDIDO DE ESTAS PÁGINAS?
"NOS"
NOS HABÍAMOS DESPEDIDO, PERO EN REALIDAD USÉ UNA DE SUS PRÁCTICAS, DON TRÁCALA
¿CUÁL?
BUENO, CUANDO DIJE ESO, ABAJO APARECÍA EN LETRA CHICA...
... QUE ÍBAMOS A DEJAR DE SALIR UN NÚMERO
¡AH!
Y BUENO... VAMOS A SALIR EN ESTE ESPACIO DE VEZ EN CUANDO
¿NO CADA MES?
¡NO, NO CADA MES! ¡APARICIONES INTERMITENTES!
YO QUE USTEDES LEÍA LA LETRA CHIQUITA
¿USTED CREE DON TRÁCALA QUE EL 2008 SEA UN BUEN AÑO?
BUENO...
...¿QUIERES SABER TÚ FUTURO, QUIQUE?
PUES LLAMA AL "01 800 DONTRÁCALA MISTERY FUTURE" Y AVERÍGUALO
¡CHALE! ¿OTRA DE SUS ARTIMAÑAS?
LLAME AHORA... ¿NO OIGO EL RIING? ¿NO?
OKEY... ¿BUENO? ¿DON TRÁCALA?
ASÍ ES... ¿ERES TÚ QUIQUE?
¿CÓMO LO SUPO?
¡SOY ADIVINO, ESE ES MI TRABAJO!
¡VEO EN TU FUTURO UN REGALO DEL DÍA DE LA AMISTAD A TU GRAN AMIGO... DON TRÁCALA!
¡UF! ¡QUÉ TRANSA!
¡CLICK!
TRINO

# TV Revista del Consumidor

- **Tecnologías Domésticas**
- **Platillo Sabio a Domicilio**
- **Reportajes especiales sobre consumo**
- **Información sobre los mejores productos a los mejores precios... y todo lo que necesita saber para consumir mejor**

Transmitimos en todo el país en los horarios de RTC y ahora también por internet en http://media.terra.com.mx /consumidor.htm, todos los viernes a las 10:30 am.

Profeco

# Alerta al consumidor

## CUIDADO con los siguientes productos y prácticas comerciales

### Correo electrónico falso

La Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco) comunica a los consumidores que esta dependencia ha detectado la circulación de un correo electrónico falso, en el que se ofrece el listado de gasolineras que han sido verificadas por esta dependencia, ordenadas por domicilio, número de gasolinera o razón social; sólo hay que dar clic en el vínculo http://www.profeco.info/profeco.php?El_Consumidor_Diciembre.

¡Tenga cuidado! si usted recibe ese mensaje, bórrelo y evítese sorpresas desagradables. Generalmente con este tipo de correos lo que se busca es obtener información confidencial, la cual puede ser utilizada con fines delictivos, o para instalarle algún virus que dañe su computadora. El correo electrónico remitente es noreply@sonico.com.

Profeco le informa que jamás emite ningún correo electrónico para dar a conocer ningún tipo de dato sobre su trabajo institucional. Si desea obtener información generada por Profeco, vaya al sitio web **www.profeco.gob.mx.** Para consultar la lista de gasolineras verificadas, dé clic en el vínculo “Quién es Quién en las gasolineras”.

Exhibir hasta el 29 de febrero de 2008

# Salpicón de res*

**(6 raciones)**

**Aporte nutrimental** • Kilocalorías **511** • Proteínas **25** g • Grasa 24 g • Colesterol **39** mg • Fibra dietética **3** g

## Ingredientes

- Falda de res cocida y deshebrada menudamente (400 g)
- Queso panela en tiritas (150 g)
- Papas cocidas y cortadas en cubitos (645 g)
- 2 aguacates (400 g)
- 2 jitomates lavados, despepitados y cortados en rajas (400 g)
- 1 lechuga romana lavada, desinfectada y rebanada
- Chiles jalapeños en rajitas (30 g)
- 3 cucharadas de aceite (30 ml)
- 1 diente de ajo finamente picado (2 g)
- 4 cucharadas de vinagre (40 ml)
- Sal y pimienta al gusto
- Galletas saladas (240 g)

## Carne de res

**Es una fuente importante de proteínas, hierro, fósforo, zinc, niacina y riboflavina (vitaminas del complejo B). Al igual que todos los productos de origen animal, la carne debe consumirse en cantidades adecuadas para obtener sus beneficios nutrimentales. La ración conveniente para una persona sana es de 60 a 90 g aproximadamente, dos veces a la semana.**

Un consumo superior implica riesgos a la salud por su contenido de grasas saturadas y colesterol: el consumo excesivo de estos nutrimentos predispone a padecimientos cardiacos y sobrepeso. Además, un elevado consumo de carnes rojas también se relaciona con el aumento de ácido úrico en el organismo, lo que da origen a la enfermedad conocida como gota. Prefiera los cortes de carne magros y elimine siempre la grasa visible.

## Preparación

**1.** En una ensaladera grande vierta la lechuga, la mitad del jitomate, las papas y la carne; incorpore muy suavemente.
**2.** Para preparar el aderezo vierta en un frasco el vinagre, el aceite, el ajo, sal y pimienta; tápelo y agite vigorosamente hasta que se integre bien.
**3.** Adorne con las rajitas de aguacate, el resto del jitomate, el queso y los chiles.
**4.** Al momento de servir bañe con el aderezo.
**5.** Acompañe el platillo con galletas saladas.

## Papa

**Es un tubérculo originario de Perú. La papa es uno de los alimentos más versátiles en la cocina y buena fuente de energía; también proporciona cantidades apreciables de potasio y algo de fibra dietética y niacina (vitamina del complejo B).**

Para mejorar su aporte de fibra dietética y vitaminas, siempre que el guiso lo permita, utilice papas con todo y cáscara. Solo lávelas con agua y jabón para eliminar cualquier residuo de tierra. Se conservan bien en lugar fresco y seco, de preferencia oscuro.

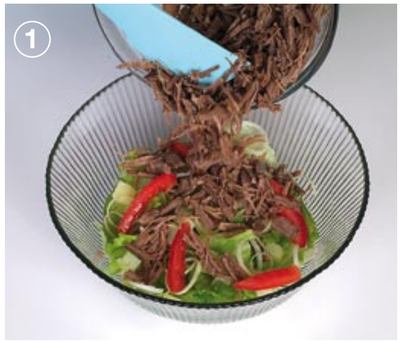
## Lechuga

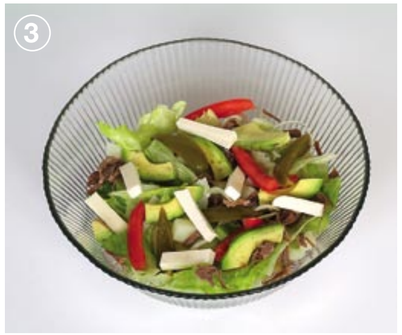
**Es una de las hortalizas por excelencia, preferida para la preparación de ensaladas y platos frescos. Las hojas externas de la lechuga, que son de color más oscuro, contienen mucho mayor cantidad de betacarotenos (forma vegetal de la vitamina A) y fibra dietética que las hojas internas, que son más pálidas; procure no desecharlas. Los betacarotenos pueden ayudar a disminuir el riesgo de padecer algunos tipos de cáncer.**

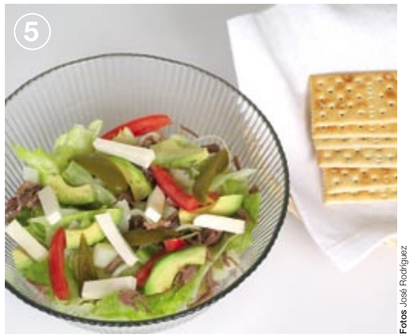
En la medicina tradicional, se dice que la lechuga estimula el apetito, facilita la digestión, disminuye la ansiedad e induce el sueño. Así, ¿por qué no iniciar la cena con una buena porción de ensalada de lechuga?

El salpicón es por sí mismo un platillo saludable, ya que contiene una buena cantidad de verduras frescas (aunque en algunas zonas del país se prepara guisado). Sin embargo, si excede la cantidad de carne o el aceite para aderezarlo, es fácil desequilibrar el platillo y consumir grasas y proteínas en cantidades mayores a las recomendadas para una comida saludable.

Aunque el salpicón que todos conocemos generalmente no se prepara con papas, esta versión las incluye para mejorar su aporte energético. De igual forma, le sugerimos utilizar aceite de oliva, pues es una forma de aprovechar todas las características de sabor y olor del aceite. Preparado de acuerdo con esta receta, el platillo aporta cantidades adecuadas de todos los nutrimentos y las calorías recomendadas para una comida, por lo que si desea completar su menú, puede preparar una crema de elote y fruta fresca para aumentar su ingesta de fibra dietética. ¡Que lo disfrute!








**Fotos** José Rodríguez

Si usted no come carne roja, prepare este salpicón con pechuga de pollo deshebrada y pruebe con diferentes combinaciones de vegetales como rabanitos, berros, chícharos, o lo que tenga en casa. Lo importante es que las verduras y las frutas siempre estén presentes en todas sus comidas, ya que son la mejor fuente de vitamina C. Recuerde que los Platillos Sabios Profeco son sabrosos, económicos, saludables y fáciles de preparar.

***Receta** de Marianela Cataño, actriz
**Adaptación de la receta original a Platillo Sabio Profeco** por la nutrióloga María Rosa Ochoa Camposeco

**Foto** José Rodríguez

# Limpiador
## antihongos para baños

Foto Archivo

### Ingredientes
- 2 de tazas de agua (400 ml aproximadamente)
- 1 1/2 cucharaditas de sosa cáustica (hidróxido de sodio)*
- 2 cucharaditas de lauril sulfato de sodio**
- 1/4 de taza de blanqueador de ropa (hipoclorito de sodio) al 6%

* Se consigue en tlapalerías.

** Se consigue en droguerías.

**Tiempo total de preparación:** 1 hora
**Rendimiento:** 480 ml aproximadamente
**Caducidad:** 1 mes
**Conservación:** Guarde el limpiador en un lugar fresco y seco, fuera del alcance de los niños.

### Utensilios
- Bote o cubeta de lámina con capacidad de 500 ml
- Guantes
- Cubreboca
- Embudo
- Botella con atomizador

### Procedimiento

1. Colóquese el cubreboca y los guantes. En un bote o cubeta de plástico vierta las 2 tazas de agua hirviendo y agregue la sosa cáustica. Agite suavemente hasta que se deshaga por completo.

2. Agregue el lauril sulfato de sodio y agite muy suavemente, para evitar que se forme espuma. Deje enfriar por completo.

3. Añada lentamente el hipoclorito de sodio y agite muy despacio para no salpicarse.

4. Vierta la mezcla en la botella de plástico con ayuda del embudo, inclinándola para que resbale y no se forme espuma.

### Recomendaciones
- Nunca combine con amoniaco este limpiador o cualquier otro que contenga cloro.
- El lauril sulfato de sodio irrita la nariz y la garganta, provocando tos y estornudos, aunque no es tóxico.
- Proteja su ropa con una bata o delantal.
- Conserve las sustancias químicas en envases perfectamente tapados y etiquetados, y manténgalas fuera del alcance de los niños.
- Nunca utilice envases de alimentos para almacenar sustancias peligrosas.
- Cuando utilice el limpiador, colóquese cubreboca y guantes. Cuide que no le salpique los ojos. Rocíe el líquido limpiador en las paredes del baño, déjelo actuar por unos minutos y remuévalo con una esponja o trapo absorbente. Si es necesario, talle las paredes con un cepillo de cerda dura, y enjuague.
- No utilice este limpiador para asear piezas cromadas o de aluminio, porque la sosa las mancha.

* **Validación técnica** Maestro en ciencias Miguel Ángel Meza Vudoyra

Fotos José Rodríguez